



**ANA CLÁUDIA DOS  
SANTOS MOTA**

**TURISMO INDUSTRIAL:NOVA FORÇA ECONÓMICA  
PARA MUNICÍPIOS–CASO DE ÁGUEDA**



**ANA CLÁUDIA DOS  
SANTOS MOTA**

**TURISMO INDUSTRIAL:NOVA FORÇA ECONÓMICA  
PARA MUNICÍPIOS–CASO DE ÁGUEDA**

Relatório de Projecto apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Carlos Manuel Martins da Costa, Professor Associado com Agregação do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho ao Hugo, pelo companheirismo, compreensão e apoio incondicionais. Aos meus pais, por serem A Família... E a todos os Amigos que estiveram sempre presentes, inspirando e fortalecendo.

## **o júri**

presidente

Prof. Doutora Elisabeth Kastenholz  
professora auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Cláudia Margarida Brito Ribeiro de Almeida  
professora adjunta da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve

Prof. Doutor Carlos Manuel Martins da Costa  
professor associado com agregação da Universidade de Aveiro

## **agradecimentos**

A conclusão deste trabalho, como meta de mais uma etapa importante na minha vida, não teria sido possível sem o apoio de um grupo de pessoas que permanecerão, carinhosamente, na minha memória pela doação, paciência, incentivo, optimismo e simpatia com que me presentearam.

Um agradecimento especial ao Professor Doutor Carlos Costa, pela orientação excepcional e brilhante e pela pessoa magnífica que é.

Ao Professor Doutor Alfonso Vargas Sánchez, à Doutora Vera Fortes e ao Doutor José Luís Silva do CENCAL, à Professora Doutora Zélia Breda, à Doutora Vanda Cardoso, à Doutora Isabel Martins da idtour – unique solutions, lda. e ao Doutor Pedro Alves da Câmara Municipal de Águeda, pela disponibilidade, pelos úteis conselhos, partilha de conhecimento e cedência de informação, fundamentais à elaboração deste trabalho.

A todos os colegas do Mestrado, por me terem permitido crescer com eles, especialmente, à Margarida, ao Américo, à Sara e ao José, cuja amizade permanecerá.

Finalmente, e não menos importante, aos queridos amigos Doutor Luténio e Senhor Santiago, pelo incentivo fenomenal.

A todos, muito obrigada!

## palavras-chave

Turismo industrial, sustentabilidade, planeamento, Águeda

## resumo

O presente trabalho de projecto pretende delinear um *Framework* que permita a intervenção ao nível local (municipal) na área particular do turismo industrial, disponibilizando boas práticas nacionais e internacionais, conhecimento técnico e científico existente, e orientações de carácter mais teórico inerentes à actividade turística. O objectivo central e estratégico do trabalho científico passa por verificar se o turismo constitui o veículo de desenvolvimento integrado de destinos turísticos onde predomina a actividade industrial.

Não havendo, ainda, um quadro teórico e empírico suficientemente consistente em turismo industrial, houve necessidade de se optar por uma metodologia de natureza mais cognitiva de compreensão e interpretação de conceitos, de práticas utilizadas, das diferentes realidades existentes e das possibilidades de aplicação e desenvolvimento da actividade turística em questão. Em termos globais, a operacionalização da metodologia culminou na definição e apresentação do quadro de desenvolvimento do turismo industrial o qual foi calibrado no município de Águeda.

Com o *Framework* desenhado durante o processo de investigação é possível recorrer-se a linhas orientadoras de actuação e a um procedimento holístico conducentes ao desenvolvimento responsável do turismo industrial ao nível municipal, fazendo chamadas de atenção para questões que se mostraram ser pertinentes pela análise da literatura existente, nomeadamente, ao nível da sustentabilidade cultural e económica e do planeamento integrado de destinos turísticos.

**keywords**

Industrial tourism, sustainability, planning, Águeda

**abstract**

This research project aims to devise a Framework that allows intervention at the local (municipal) level in the particular area of industrial tourism, providing national and international best practices, existing technical and scientific knowledge, and theoretical orientations inherent to tourist activity. The central and strategic objective of the scientific work is to verify if tourism is a vehicle for the integrated development of tourist destinations where industrial activity prevails.

Taking into account the (still) absence of a sufficiently solid theoretical and empirical basis in industrial tourism, there was a need to choose a more cognitive methodology in order to understand and to interpret concepts, used practices, existing different realities and possibilities of application and development of the tourism activity at issue. Overall, the operation of the methodology culminated in the definition and presentation of the Framework which was calibrated in the municipality of Águeda.

With the Framework designed during the research process it is possible to make use of a set of guidelines and a holistic procedure, which leads to the industrial tourism responsible development at the municipal level, making special attention to issues that have proven to be relevant through the existing literature analysis, in particular, the cultural and economic sustainability and integrated planning of tourism destinations levels.

# ÍNDICE GERAL

<b>AGRADECIMENTOS</b>	ix
<b>RESUMO</b>	xi
<b>ÍNDICE GERAL</b>	xv
<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	xvii
<b>ÍNDICE DE QUADROS</b>	xvii
<b>LISTA DE ABREVIATURAS</b>	xix
<b>INTRODUÇÃO</b>	1
<b>CAPÍTULO I    DESENVOLVIMENTO DO TURISMO INDUSTRIAL</b>	
I.1    INTRODUÇÃO	5
I.2    CONCEPTUALIZAÇÕES EM TORNO DO TURISMO INDUSTRIAL	5
I.3    OBJECTO DE ESTUDO	17
I.4    CONCLUSÃO	18
<b>CAPÍTULO II    SUSTENTABILIDADE DO TURISMO INDUSTRIAL</b>	
II.1    INTRODUÇÃO	19
II.2    CONSIDERAÇÕES EM TORNO DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL	19
II.3    CULTURA E PATRIMÓNIO INDUSTRIAL	22
II.4    INTERESSE ECONÓMICO DO TURISMO INDUSTRIAL	29
II.5    CONCLUSÃO	36
<b>CAPÍTULO III    PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL</b>	
III.1    INTRODUÇÃO	39
III.2    CONSIDERAÇÕES EM TORNO DO PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL	39
III.3    CASOS DE ESTUDO DE PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL	45
III.3.1    LIMBURG, BÉLGICA	45
III.3.2    BLAENAVON, REINO UNIDO	48
III.3.3    SEIXAL, PORTUGAL	49
III.3.4    LINHAS ORIENTADORAS PARA O PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL	53
III.4    CONCLUSÃO	54



## **CAPÍTULO IV METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO**

IV.1	INTRODUÇÃO	57
IV.2	OBJECTIVOS DA INVESTIGAÇÃO	57
IV.3	PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO	58
IV.4	ANÁLISE CRÍTICA DA METODOLOGIA	68
IV.5	CONCLUSÃO	70

## **CAPÍTULO V APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E VERIFICAÇÃO DOS RESULTADOS**

V.1	INTRODUÇÃO	71
V.2	<i>FRAMEWORK</i> PARA A CONCEPÇÃO DE UM PRODUTO DE TURISMO INDUSTRIAL AO NÍVEL MUNICIPAL	71
V.3	ANÁLISE CRÍTICA DO <i>FRAMEWORK</i>	91
V.4	CARACTERIZAÇÃO E ENQUADRAMENTO DO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA	95
V.4.1	INDÚSTRIA	97
V.4.2	TURISMO	99
V.5	VERIFICAÇÃO DO <i>FRAMEWORK</i> NO CASO DO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA	102
V.6	CONCLUSÃO	114

## **CAPÍTULO VI CONCLUSÕES**

VI.1	INTRODUÇÃO	117
VI.2	PRINCIPAIS CONCLUSÕES	117
VI.3	CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO	120
VI.4	LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES	121

<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	123
-----------------------------------	-----

## **APÊNDICES**

<b>APÊNDICE A</b>	LISTA DE INDICADORES	128
<b>APÊNDICE B</b>	MATRIZ – TRABALHO DE PROJECTO	129
<b>APÊNDICE C</b>	MATRIZ	130
<b>APÊNDICE D</b>	LISTA DE PRÉ-REQUISITOS	131
<b>APÊNDICE E</b>	LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS	132

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.1  </b>	Natureza conceptual do turismo industrial, de acordo com Frew (2000).	8
<b>Figura 1.2  </b>	Divisão das atracções turísticas industriais tendo em conta se dependem ou não do envolvimento dos turistas.	16
<b>Figura 4.1  </b>	Esquema-síntese da metodologia.	67
<b>Figura 5.1  </b>	Esquema-síntese do <i>Framework</i> .	90
<b>Figura 5.2  </b>	Processo de planeamento em turismo.	91
<b>Figura 5.3  </b>	Enquadramento regional do concelho de Águeda.	96
<b>Figura 5.4  </b>	Distribuição geográfica dos meios de alojamento no concelho de Águeda.	101

## ÍNDICE DE QUADROS

<b>Quadro 1.1  </b>	Definições de turismo industrial.	6
<b>Quadro 1.2  </b>	Sinónimos de turismo industrial.	7
<b>Quadro 1.3  </b>	Conjunto de actividades e equipamentos que podem ser implementados no âmbito do turismo industrial.	11
<b>Quadro 2.1  </b>	Expressões-chave comumente utilizadas no contexto do desenvolvimento sustentável.	20
<b>Quadro 4.1  </b>	Hipóteses de investigação.	60
<b>Quadro 4.2  </b>	Plano metodológico.	65
<b>Quadro 5.1  </b>	Resumo do <i>Framework</i> para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal.	72
<b>Quadro 5.2  </b>	Tipologias de reunião com os múltiplos <i>stakeholders</i> nas diversas fases do processo.	88
<b>Quadro 5.3  </b>	Oferta de meios de alojamento do município de Águeda, com base em Câmara Municipal de Águeda (2009c) e alguns contactos telefónicos.	100

## LISTA DE ABREVIATURAS

<b>APPI</b>	Associação Portuguesa para o Património Industrial
<b>CAE</b>	Classificação Portuguesa de Actividades Económicas
<b>CM</b>	Câmara Municipal
<b>CST</b>	Conta Satélite do Turismo
<b>DGT</b>	Direcção-Geral do Turismo
<b>DGTF</b>	Direcção-Geral do Tesouro e Finanças
<b>DV-PEAT</b>	Divisão de Planeamento, Empreendedorismo, Ambiente e Turismo (da Câmara Municipal de Águeda)
<b>ERIH</b>	European Route of Industrial Heritage (Rota Europeia de Património Industrial)
<b>GAMA</b>	Grande Área Metropolitana de Aveiro
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estatística
<b>LG(P)</b>	Língua Gestual (Portuguesa)
<b>NUTS</b>	Nomenclaturas de Unidades Territoriais para fins Estatísticos
<b>PDA</b>	Personal Digital Assistant (Assistente Pessoal Digital)
<b>PDM</b>	Plano Director Municipal
<b>QREN</b>	Quadro de Referência Estratégico Nacional
<b>SIG</b>	Sistema de Informação Geográfica
<b>TICCIH</b>	The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage (Comissão Internacional para a Conservação do Património Industrial)
<b>UN</b>	United Nations (Nações Unidas)
<b>UNESCO</b>	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura)
<b>WTO</b>	World Tourism Organization (Organização Mundial do Turismo)

## INTRODUÇÃO

Portugal encontra-se numa fase de encruzilhada económica e política. A actual conjuntura económica mundial, e em especial na Europa, afecta, sem qualquer tipo de dúvida, todos os sectores de actividade. No entanto, o tecido industrial é o que tem sido mais prejudicado, espelhando mesmo um estado de contracção. Insolvência e encerramento de unidades fabris e despedimentos colectivos têm sido algumas das principais consequências desta fase. Ao nível local/municipal é que as dificuldades se fazem sentir com maior intensidade, cabendo, sobretudo, às Câmaras Municipais o impulsionamento de medidas que possam atenuar (e talvez reverter) o quadro pessimista global. É urgente que se incentive o empreendedorismo local, o desenvolvimento de ideias de negócio, a formação técnica e que, para tanto, se encontrem novas formas de financiamento.

O turismo é uma actividade em crescimento e com grande potencial para os decisores políticos e os agentes económicos e sociais locais enfrentarem a actual situação de crise e encontrarem novas forças e direcções para a reabilitação e alavancagem das áreas. O sector turístico, baseado nas especificidades locais e nos recursos endógenos, pode, em grande medida, traduzir-se numa alternativa de regeneração económica e social de muitos municípios em declínio e falência.

Considere-se, por um lado, um município com forte base industrial e, por outro lado, as potencialidades inerentes à actividade turística; considere-se, ainda, a conjuntura actual e a necessidade de se definir novos rumos que visem, essencialmente, o crescimento económico dos locais. A aposta num turismo baseado nas características industriais de uma dada região é algo lógico, claro e com sentido. De imediato, é possível elencar-se um conjunto de aspectos positivos que poderão decorrer desta estratégia como, por exemplo, (i) a criação de postos de trabalho; (ii) o estabelecimento e/ou impulsionamento de negócios familiares ligados quer à hotelaria e à restauração, quer às empresas; (iii) a revivescência de valores culturais relacionados com a indústria; (iv) a utilização sustentável de património industrial abandonado; (v) a recuperação de *know-how* específico do sector produtivo; (vi) a melhoria da imagem local e das empresas, entre outros. Em última instância, para além de se concorrer para a regeneração económica e social do local, estar-se-á a contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população residente e para a diminuição da desertificação pela falta de oportunidades e de serviços disponíveis.

O turismo industrial já se verifica um pouco por todo o mundo, contando com o maior número de exemplos conhecidos ao nível da Europa, nomeadamente no Reino Unido: visitas a destilarias de *whisky* na Escócia, à fábrica de chocolate da Cadbury na Inglaterra, à mina de carvão Big Pit no País de Gales, entre outros. Casos na Bélgica, Espanha, Alemanha, Finlândia e França, na Austrália, na China e Israel, nos Estados Unidos da América, começam, igualmente, a ser divulgados.

Apesar da importância do tema, verifica-se que a literatura que lhe está na base é ainda muito escassa. Para além disso, constata-se a existência de poucos casos cientificamente sólidos em turismo industrial. Salvo raras exceções, a bibliografia incorre, no maior número de vezes, em reflexões e experiências em torno de património mineiro.

Tendo em consideração as limitações apontadas, o presente trabalho de projecto pretende avançar com um quadro de desenvolvimento (*Framework*) que permita a intervenção ao nível local (municipal) na área particular do turismo industrial, disponibilizando boas práticas nacionais e internacionais, conhecimento técnico e científico existente, e orientações de carácter mais teórico inerentes à actividade turística.

Não existindo, ainda, um quadro teórico e prático de suporte ao turismo industrial, houve necessidade de se reflectir e de se compreender as diferentes realidades inerentes à temática, de se interpretar as ligações entre as distintas áreas do saber, e, usando de uma metodologia de carácter mais cognitivo, de se delinear o *Framework*. Este não é, portanto, um trabalho com forte validação experimental, com uma componente empírica baseada na recolha de informação primária e no tratamento e análise de dados quantitativos. Em termos metodológicos, o presente trabalho científico define e apresenta o quadro de desenvolvimento do turismo industrial o qual é, seguidamente, calibrado no município de Águeda.

Com o *Framework* é possível socorrer-se de linhas orientadoras de actuação e de um procedimento holístico conducentes ao desenvolvimento integrado do turismo industrial, fazendo chamadas de atenção para questões que se mostraram ser pertinentes pela análise da literatura existente, nomeadamente ao nível da sustentabilidade cultural e económica e do planeamento integrado de destinos turísticos.

O presente trabalho de projecto é composto por duas componentes principais: a teórica e a empírica, na ordem apontada. A primeira encontra-se organizada em três capítulos, que constituem a revisão da literatura. A temática do capítulo I prende-se com o desenvolvimento do turismo industrial, incidindo, particularmente, em aspectos conducentes à sua conceptualização e na definição do objecto de estudo do trabalho de investigação. O capítulo II tem como matéria fundamental a sustentabilidade do turismo industrial, tecendo, inicialmente, algumas considerações em torno do desenvolvimento turístico sustentável e, posteriormente, abordando as questões da cultura e património industrial e do interesse económico desta actividade turística. No capítulo III a temática analisada é a do planeamento em turismo industrial, onde é discutido um conjunto de aspectos inerentes a essa área do saber e são apresentados e analisados três casos de estudo, dos quais resulta a definição de linhas orientadoras para o planeamento em turismo industrial.

A componente empírica encontra-se, igualmente, organizada em três capítulos, sendo que o primeiro (capítulo IV) prende-se com a definição e descrição da metodologia da investigação adoptada, incorrendo, particularmente, na apresentação dos objectivos e do processo de investigação, bem como na análise crítica da metodologia conduzida. O capítulo V centra-se na apresentação e fundamentação do *Framework*, respectiva análise crítica e verificação no caso do município de Águeda, incluindo, igualmente, a caracterização industrial e turística dessa área geográfica. No capítulo VI é realizada uma síntese das principais conclusões e são indicadas as contribuições do estudo para o quadro teórico e prático inerente ao turismo industrial, assim como as limitações verificadas no mesmo e recomendações para futuros trabalhos científicos sob o tema em questão.



## CAPÍTULO I DESENVOLVIMENTO DO TURISMO INDUSTRIAL

### I.1 INTRODUÇÃO

Uma série de questões têm sido levantadas e discutidas, pelos autores estudados, na tentativa de definição do turismo industrial. Na verdade, constata-se que o leque de assuntos em torno do conceito é tão vasto quanto pertinente e interessante.

O presente capítulo tem, assim, como objectivo central apresentar uma discussão global em torno da noção e desenvolvimento da actividade turística em estudo. Encontra-se organizado em duas secções, sendo que a primeira (secção I.2) prende-se, fundamentalmente, com as principais conceptualizações em torno do turismo industrial – apresentação de um quadro de definições e sua avaliação em termos de pontos de discordância e concordância, e estudo da natureza conceptual deste tipo de turismo, das categorias de atracções e das possibilidades de experiências oferecidas. A secção I.3, e decorrente da análise que a precede, apresenta a definição objectiva e clara do objecto de estudo do presente trabalho de investigação.

### I.2 CONCEPTUALIZAÇÕES EM TORNO DO TURISMO INDUSTRIAL

Tal como acontece com o conceito de turismo (noção guarda-chuva), também o de **turismo industrial** não possui uma definição consensual, plenamente aceitável, abrangente de todos os seus pontos de vista. A propósito, Frew (2000), de acordo com a revisão da literatura desenvolvida no âmbito da sua tese de doutoramento, já havia constatado a inexistência de uma definição satisfatória de turismo industrial. Barnes (2010), cerca de dez anos depois, fala da ausência de uma definição oficialmente reconhecida. Otgaar, Berg, Berger e Feng (2008) esclarecem que este é um tema de pesquisa relativamente pouco explorado e, portanto, denota uma escassez de conceitos e definições claras. Não obstante, o quadro 1.1 apresenta uma compilação de definições de turismo industrial e respectivas fontes.



**Quadro 1.1 | Definições de turismo industrial.**

DEFINIÇÃO	AUTOR(A)(ES)
Turismo de património industrial diz respeito ao desenvolvimento de actividades turísticas e indústrias em locais humanizados, edifícios e paisagens resultantes de processos industriais passados.	Edwards e Llurdés (1996)
Turismo industrial envolve visitas de turistas a locais industriais operacionais, cuja actividade central não é orientada para o turismo, isto é, a componente turística é acessória.	Frew (2000)
Turismo industrial é o agregado de todas as práticas turísticas cujos motivos de viagem são a descoberta de ‘mundos de trabalho’ passados, presentes ou futuros, ou seja, dos lugares, das técnicas, das organizações e das culturas relacionados com o trabalho.	Cuvelier (2001)
Turismo de património industrial é uma área industrial, passada ou presente, evoluindo para novos fins (Llurdés, 2001, citado por Xie, 2006, p.1322), os quais podem incluir uma mudança ou expansão da função do sítio, passando de apenas industrial para uma atracção turística, ou um novo propósito funcional bem distinto do seu uso original e/ou actual.	Xie (2006)
Turismo de património (industrial) é a área onde se verifica a nítida convergência de património, turismo, identidade e comunidade.	Ballesteros e Ramírez (2007)
Turismo industrial é um tipo de turismo que envolve visitas a empresas operacionais ou não, cujo negócio central não é a actividade turística, e que oferece aos visitantes uma experiência relacionada com o produto, o processo de produção, as aplicações e os antecedentes históricos.	Otgaar, et al. (2008)

Ainda antes de se proceder à análise das definições listadas no quadro 1.1, merece atenção o seguinte apontamento. Em diversos países do mundo, a terminologia “turismo industrial” não é comumente utilizada, sendo substituída por “**visitas a empresas**”, “visitas a fábricas” ou “visitas técnicas”, tal como atestam Otgaar, et al. (2008). Os mesmos autores explicam que estas expressões não estão directamente associadas à actividade turística e a turistas, permitindo, assim, o enquadramento das múltiplas motivações que levam alguém a visitar uma empresa – lazer, educação, troca de conhecimento, entre outras (Otgaar et al., 2008). O quadro 1.2 elenca alguns dos sinónimos de turismo industrial encontrados na literatura da especialidade e respectivas fontes.

Quadro 1.2 | Sinónimos de turismo industrial.

SINÓNIMO	AUTOR(A)(ES)
Turismo de património	Edwards e Llurdés (1996); Jansen-Verbeke (1999); Jones e Munday (2001); Pretes (2002); Cole (2004); Ballesteros e Ramírez (2007)
Turismo de património industrial	Edwards e Llurdés (1996); Jansen-Verbeke (1999); Hospers (2002); Cole (2004); Xie (2006); Ballesteros e Ramírez (2007)
Turismo de descoberta económica	Cuvelier (2001); Silva e Fortes (2010)
Cultura industrial	Hospers (2002)
Visitas a empresas	Otgaar, et al. (2008)
Turismo cultural industrial	Vargas-Sánchez, Plaza-Mejía e Porras-Bueno (2009)

Apesar de se verificar a existência de diversas referências bibliográficas sobre o assunto em discussão, na sua maioria artigos científicos, considera-se que raros autores definem e enquadram turismo industrial (apenas seis contributos foram sistematizados no quadro 1.1, salvaguardando, naturalmente, a extensão da pesquisa realizada). Esta situação poderá decorrer da escassa investigação conduzida até ao presente, tal como já foi mencionado acima. Não obstante, outro factor poderá estar a condicionar o desenvolvimento conceptual deste tipo de turismo: trata-se da dificuldade de se reconhecer o turismo industrial como tema de estudo dentro da área alargada do turismo, ou antes, dentro de algumas das suas tipologias.

Sobre esse assunto, Frew (2000) esclarece que o turismo industrial tem associações com o turismo educacional, com o turismo cultural e com o agroturismo – grandes sectores; e ainda com o turismo de património (subclasse do turismo cultural) e com o enoturismo (subclasse do agroturismo). A figura 1.1 pretende, assim, demonstrar de uma forma esquemática a **natureza conceptual** do turismo industrial, de acordo com a mesma autora.

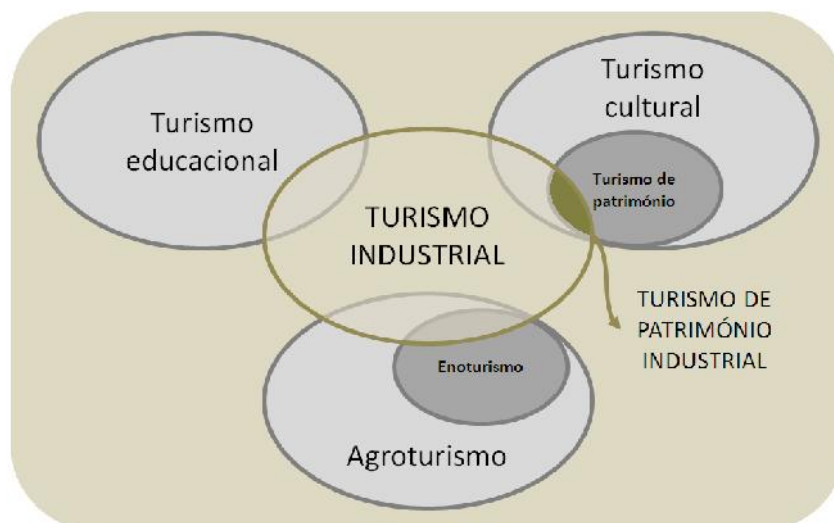


Figura 1.1 | Natureza conceptual do turismo industrial, de acordo com Frew (2000).

Segundo Frew (2000), tem-se que...

...existe uma justaposição entre turismo industrial e turismo educacional – actividade turística realizada por aqueles cuja motivação principal ou secundária é a educação e aprendizagem de algo (Ritchie, Carr, & Cooper, 2003) – quando o turista, ao visitar um local industrial, tem uma experiência de aprendizagem, a qual pode ou não ser compulsória, isto é, fazer ou não parte de um programa educacional estruturado (por exemplo, uma visita de estudo a uma unidade fabril, realizada no âmbito de um projecto universitário sobre métodos de produção).

...o turismo industrial tem associação com o turismo cultural – actividade turística que informa os turistas sobre outros países e pessoas, seus estilos de vida, costumes e línguas (Wall & Mathieson, 2006) – quando é proporcionada ao turista a entrada no mundo cultural imaterial de determinada zona industrial, o que inclui demonstrações de vivências, hábitos do quotidiano, relações pessoais, crenças e rituais ali presentes. Quando a experiência turística envolve a visita a edifícios e equipamentos industriais que já não se encontram em laboração, ou cuja funcionalidade já não é a que despoletou a sua construção primitiva, trata-se, desse modo, do **turismo de património industrial** – associação entre o turismo industrial e o turismo de património (subclasse do turismo cultural) – actividade turística que engloba visitas a monumentos antigos, escavações arqueológicas e outros locais de interesse histórico (Wall & Mathieson, 2006).

...existe, ainda, contiguidade entre o turismo industrial e o agroturismo – modalidade turística praticada em meio rural, a qual permite dar a conhecer aos turistas as várias actividades agrícolas (Kizos & Iosifides, 2007) – por exemplo, na visita a uma fábrica de ananases, onde estes são criados e processados no mesmo local. O mesmo acontece com relação ao enoturismo (subclasse do agroturismo) – modalidade turística que proporciona a visita a vinhas, adegas, festivais e feiras do vinho, sendo que a degustação do produto final e a participação nas actividades inerentes à sua produção são as motivações principais de quem visita uma determinada região vitivinícola (Hall, 1996, citado por Hall & Mitchell, 2000, p.447) – quando a experiência turística proporciona a visita à vinha (onde são produzidas as uvas) e/ou à adega (onde é produzido, guardado e engarrafado o vinho).

Considera-se pertinente a análise realizada por Frew (2000), na tentativa de limitar, distinguir e posicionar a noção de turismo industrial numa área tão abundante em conceitos e tipologias como é a do turismo. Na verdade, poder-se-á aferir que existe relação, ainda que em graus diferentes, entre todos os tipos de turismo. Admita-se, para tanto, que a divisão das diversas tipologias tem como premissa o propósito da visita. Tal como esclarecem Wall e Mathieson (2006), os turistas podem escolher um destino por mais do que uma razão e o seu comportamento no local de acolhimento pode não reflectir as suas motivações iniciais de viagem, permitindo, por isso, concluir que, na verdade, poderão ocorrer sobreposições naturais entre diferentes tipologias turísticas. Isto denota o dinamismo que caracteriza o fenómeno turístico. Dever-se-á, portanto, considerar o turismo industrial como uma área de estudo particular, tal como o são o turismo educacional, o turismo cultural, o agroturismo e outros, tendo, no entanto, presente que existem inter-relações e dinâmicas entre as diferentes tipologias turísticas. Percepcionar o turismo industrial como uma classe isolada seria um equívoco, como de resto aconteceria com as restantes áreas.

**NOTA: Turismo industrial Vs. Turismo de património industrial**

Yale (1991, citado por Frew, 2000, p.37) enfatiza a diferença entre turismo industrial e turismo de património industrial sugerindo que enquanto o último diz respeito à apresentação de maquinaria, processos, edifícios e estilos de vida redundantes, o primeiro refere-se à exibição de processos de fabrico contemporâneos. A mesma autora sublinha que, por vezes, os dois podem sobrepor-se quando uma unidade fabril moderna decide abrir um museu *in situ* sobre a sua história, proporcionando, paralelamente, uma visita às instalações e condições presentes (Yale, 1991, citado por Frew, 2000, p.37).

Relativamente ao conceito, propriamente dito, de turismo industrial, e tendo em conta o quadro 1.1, verifica-se que a discordância se concentra, de um modo geral, em torno do facto deste tipo de turismo se referir a visitas a empresas operacionais ou, pelo contrário, a empresas não operacionais, tratando-se portanto de visitas a património industrial, ou a ambas as situações. Os pontos de concordância centram-se, essencialmente, em três factores, os quais serão discutidos seguida e sucessivamente:

- ❶ Existência de actividade turística, especificamente visitas;
- ❷ Oferta de uma experiência ligada ao contexto em visitação;
- ❸ Valorização do ambiente social e cultural associado aos recursos.

O primeiro ponto é muito patente nas definições elencadas, parecendo claro que o desenvolvimento de actividades turísticas seja uma preocupação dos proprietários/gestores de empresas ou de património industrial quando decidem abrir as portas ao público, não só em termos de planeamento mas também ao nível físico, isto é, tendo em vista alterações estruturais e/ou funcionais. Não obstante, é limitado referir-se apenas a visitas, ou pelo menos especificar a tal ponto, sendo que existe uma panóplia de outras **actividades e equipamentos** que podem ser implementados, tal como indicam os seguintes autores (conforme quadro 1.3):

**Quadro 1.3 | Conjunto de actividades e equipamentos que podem ser implementados no âmbito do turismo industrial.**

ACTIVIDADES E EQUIPAMENTOS	AUTOR(A)(ES)
Centro de informação e educação Centro de visitantes Museu Centro comercial Alojamento Facilidades desportivas	Jansen-Verbeke (1999)
Museu Filmes Concertos Catering	Hospers (2002)
Visitas guiadas Facilidades educativas Actividades de participação activa com exposição Vídeos/filmes Exposições especiais Loja de recordações Café/restaurante Divertimentos gerais	Cole (2004)
Galeria de observação Museu Loja de recordações (merchandising) Restaurante Visitas guiadas Filme (processo de produção)	Swarbrooke e Horner (2007)

Outros mais, certamente, poderiam ser enumerados. Considera-se pertinente não particularizar esta ou aquela actividade ou equipamento numa tentativa de definição do turismo industrial. Uma sugestão, portanto, para abreviar a questão seria, por exemplo, “agregado de actividades turísticas” ou “disponibilização de uma oferta turística”.

Quanto ao segundo ponto listado acima, denota-se, na maioria das definições do quadro 1.1, que a razão de ser do turismo industrial está relacionada com a (relativa) importância do (i) produto<sup>1</sup> ali concebido, do respectivo (ii) processo de produção e das (iii) técnicas utilizadas, da sua (iv) utilidade/aplicação, da sua (v) origem e (vi) adaptações ao longo dos tempos, bem como da (vii) organização/empresa. Poder-se-á inferir que esses são os **recursos primários** do turismo

<sup>1</sup> No âmbito deste trabalho, entenda-se produto como noção aglutinadora de bens e serviços.

industrial, em torno dos quais – suas características e condições – se deverão desenvolver as linhas de actuação para o planeamento de um destino e/ou produto turístico industrial.

Para além dos recursos mencionados, a **paisagem industrial** é outro que não poderá ser esquecido. Segundo Mansfeld (1992), o conceito de paisagem industrial refere-se a antigas e desagradáveis áreas industriais que são transformadas em (i) áreas industriais que podem agora reunir actividades industriais e turísticas num ambiente de compatibilidade; (ii) atracções turísticas estruturadas em instalações industriais obsoletas (por exemplo, hotéis, facilidades desportivas, centros de exposições e de comércio), as quais resultaram da deslocalização (ou abandono) de uma dada actividade industrial. Esta última situação implica a manutenção do valor patrimonial e arquitectónico das instalações, do sistema tradicional de transportes e da zona (ou planta) industrial, propriamente dita (Mansfeld, 1992).

No seguimento das considerações anteriores, poder-se-á sistematizar a seguinte reflexão. Existem dois tipos de recursos primários sobre os quais se desenvolve o turismo industrial: o de grande escala e o de pequena escala, em analogia com conceitos da Cartografia. O recurso primário de grande escala diz respeito ao produto, ao processo de produção, às técnicas, à utilidade/aplicação, à origem, às adaptações e à organização/empresa. O desenvolvimento turístico poderá centrar-se num ou mais desses itens. O recurso primário de pequena escala refere-se à paisagem industrial. Do mesmo modo tratar-se-á de desenvolvimento turístico industrial de grande escala ou, pelo contrário, de desenvolvimento turístico industrial de pequena escala.

O turismo industrial pode ainda ser apreciado sobre um outro aspecto: o **grau de tangibilidade** do processo que está a ser observado ou do produto concebido. Frew (2000) defende que o termo “industrial” significa que um determinado trabalho está a ser desenvolvido e que algo está a ser produzido, independente de se tratar de um bem e/ou um serviço. Algumas empresas produzem bens que possibilitam o toque, o cheiro ou a prova durante uma visita guiada (por exemplo, numa cerâmica ou numa fábrica de chocolate) (Frew, 2000; Otgaar, et al., 2008). Outras organizações disponibilizam produtos intangíveis: uma visita no parlamento, ou numa universidade, irá demonstrar os serviços que aí são prestados (Frew, 2000; Otgaar, et al., 2008). É, portanto, neste *continuum* que o turismo industrial é susceptível de ser caracterizado, se proporciona uma

experiência mais ou menos tangível, ou ainda dir-se-á, se apela a um dos cinco sentidos ou a vários.

No seguimento do assunto anterior, parece ser claro que todos os **tipos de empresas** podem tornar-se atracções turísticas. Otgaar, et al. (2008) esclarecem que o termo “indústria” compreende, de um modo geral, a maioria das áreas de trabalho: agricultura, silvicultura, pesca, mineração, construção civil, comércio grossista, finanças, seguros, imobiliárias, serviços, comércio retalhista, transportes, comunicações, energia, saúde, entre outras. Neste contexto, Frew (2000) efectua uma síntese bem interessante e pragmática do que considera ser o significado de indústria utilizado no conceito de turismo industrial: as organizações envolvidas no turismo industrial podem produzir bens e/ou serviços, podem abranger o processamento de matérias-primas ou de inputs semi-transformados, podem ter um reduzido ou um grande número de funcionários, os processos podem ser automatizados e/ou mais trabalhosos, a organização pode ser pública ou privada e ter ou não fins lucrativos.

As características identificadas permitem conceber o turismo industrial sob a perspectiva da indústria viva, operacional. Carece, no entanto, reflectir sobre as especificidades encontradas quando se trata de **património industrial** – empresas abandonadas, não operacionais. Edwards e Llurdés (1996) discutem, no contexto específico da mineração (dos casos de turismo industrial mais estudados), a respeito das dificuldades que as áreas industriais enfrentam em situação de desenvolvimento turístico. Assim, identificaram três obstáculos: (i) o tipo de instalações é, usualmente, de tamanho considerável, tornando dispendiosa a sua reparação, restauração e consequente manutenção; (ii) a degradação do ambiente e da paisagem das áreas circundantes é, geralmente, acentuada, o que torna difícil atrair novas actividades, sejam elas de que natureza for; (iii) a localização das áreas industriais é, na maioria dos casos, periférica em relação aos circuitos turísticos mais conhecidos (Edwards & Llurdés, 1996). Apesar de os autores dissertarem no âmbito particular do património mineiro, considera-se que os constrangimentos assinalados fazem todo o sentido se analisados e transpostos para outras áreas de trabalho.

Tendo em conta a diversidade de empresas e de recursos patrimoniais, e, consequentemente, de contextos de laboração, onde o turismo industrial poderá ser uma ferramenta de desenvolvimento e revitalização, assim é igualmente variada a tipologia de **atracções turísticas industriais**. Valiosos contributos e ensaios têm sido divulgados neste âmbito, sendo que, para



efeitos do presente trabalho, serão apresentadas duas tipologias – a de Carter (1991, p.10, citado por Frew, 2000, pp.22-24) e a de Edwards e Llurdés (1996) – por serem, de um modo geral, as mais citadas na literatura existente sobre turismo industrial.

Carter (1991, p.10, citado por Frew, 2000, pp.22-24) faz a distinção de quatro categorias diferentes de atracções turísticas industriais:

- i. “Tudo sob controlo” – inclui indústrias controversas, como por exemplo, as relativas a energia nuclear.
- ii. “Maravilhas do mundo” – envolve exemplos de grandes projectos, tais como os de engenharia civil que inspiram pela grandiosidade ou pelo produto final.
- iii. “Lojas com histórias” – abrange indústrias que se baseiam em artigos de arte ou em alguns produtos de luxo, os quais podem ser adquiridos pelos visitantes, como por exemplo, géneros luxuosos ou ornamentais que estão intimamente ligados à área visitada.
- iv. “Trabalho real” ou “observando o trabalho” – proporciona a oportunidade de se poder compreender como a vida moderna funciona e observar o tipo de laboração que é necessário para a disponibilização de bens diários, tais como o leite e o pão. Frew (2000) acrescenta que esta categoria engloba, igualmente, a possibilidade de se poder testemunhar o leque de operações inerentes a organizações de serviços e práticas de gestão em acção. Neste último caso, e a título de exemplo, poder-se-á presenciar como funciona a hierarquia de uma empresa, como são organizadas as sessões formativas para colaboradores e como é realizada a gestão dos recursos humanos.

Edwards e Llurdés (1996) apresentam uma tipologia também com quatro grupos de atracções turísticas industriais:

- i. “Atracções produtivas” – relacionadas com formações geológicas imóveis, como por exemplo, minas e pedreiras.
- ii. “Atracções de processamento” – dizem respeito ao tratamento de relictos industriais (elementos geológicos extraídos), tais como fundição de ferro, cerâmica e processamento de diamantes.
- iii. “Atracções de transportes” – referem-se a legados industriais dos domínios da transportação ferroviária, aquática e rodoviária, bem como das próprias vias, canais, portos e dos trajectos frequentemente realizados. As atracções que compõem este grupo

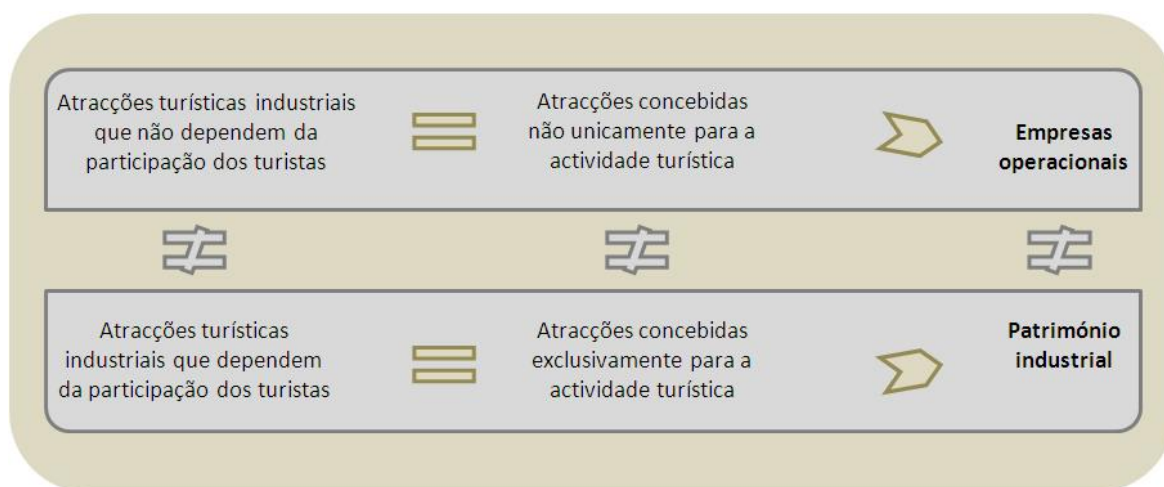
poderão incluir as viagens regulares de transporte de mercadorias ou de locomoção dentro das áreas industriais, entre outros exemplos.

- iv. “Atrações socioculturais” – decorrem do passado industrial particular de cada região e podem compreender, de acordo com Huxley (1966, citado por Edwards & Llurdés, 1996, p.353), *artifacts*, objectos referentes a questões do quotidiano e a tecnologias utilizadas no fornecimento de bens e serviços; *sociofacts*, aspectos relacionados com parentescos, relações familiares e organizações sociais; e *mentifacts*, questões relativas a características psicológicas ou comportamentais, incluindo religião, crenças populares e linguagem própria. Para além dos itens mencionados, poder-se-á inserir, neste grupo de atrações, as residências dos funcionários e os imóveis exclusivos dos empregadores (Hospers, 2002).

Após uma análise global das duas classificações apresentadas, efectua-se a seguinte consideração: a primeira, a de Carter (1991, p.10, citado por Frew, 2000, pp.22-24), poderá ter uma maior aplicabilidade a atrações relativas a empresas vivas, ainda operacionais, enquanto a segunda, a tipologia de Edwards e Llurdés (1996), estará mais voltada para o contexto do património industrial (distinção efectuada anteriormente, neste capítulo). Neste sentido, torna-se interessante aditar a esta análise o contributo de Swarbrooke e Horner (2007), cuja categorização de atrações turísticas industriais será mais integral, em relação às anteriores, actualizada e simples. Assim, os autores diferenciam cinco grupos de atrações: (i) património e museus, (ii) centros de investigação, (iii) indústrias transformadoras, (iv) oficinas artesanais ou de ofício/arte e (v) serviços. O turismo industrial penetra, assim, em quase todos, ou em todos, os sectores económicos e locais de trabalho.

Dentro, ainda, do segundo ponto em discussão, e no seguimento do assunto imediatamente anterior, a experiência oferecida numa determinada atração turística industrial pode implicar uma maior, menor ou nenhuma **participação do turista** na produção do produto-motivo. Neste âmbito, Frew (2000) esclarece que existem dois tipos de atrações: as que não dependem da intervenção dos turistas, e as que procedem do envolvimento daqueles para que possam, na verdade, subsistir. Por outras palavras, poder-se-á afirmar que a esse quadro corresponde dizer que existem atrações concebidas não unicamente para a actividade turística, e as que, pelo contrário, são exclusivas para turistas. Concluir-se-á, ainda, que, e em analogia semelhante à realizada no parágrafo precedente, o primeiro tipo estará mais relacionado com empresas

operacionais, e o segundo com património industrial. A figura 1.2 pretende representar de forma esquemática as considerações anteriores.



**Figura 1.2 | Divisão das atrações turísticas industriais tendo em conta se dependem ou não do envolvimento dos turistas.**

Relativamente à participação propriamente dita, esta pode ser maior ou menor consoante o grau de envolvimento dos turistas na produção dos bens ou serviços, o qual é previamente estabelecido pela organização acolhedora. A título de exemplo, aqueles podem ser convidados, se desejarem, a pressionar o botão de uma máquina ou a puxar uma alavanca; ou a experiência oferecida basear-se, apenas e somente, no envolvimento físico do turista e/ou na interação pessoal com os colaboradores da atração turística (Frew, 2000).

Carece ainda de discussão o terceiro ponto de concordância emergido das definições de turismo industrial reunidas no quadro 1.1 – “valorização do ambiente social e cultural associado aos recursos”.

De modo geral, as definições apresentadas denotam particular atenção no aspecto social e cultural do turismo industrial. Na verdade, facilmente se depreende que qualquer área industrial e paisagem circundante são o resultado da ação dos homens e mulheres que ali habitam, trabalham e se relacionam em sociedade. A população residente é, portanto, a força motriz que transforma e adapta o espaço consoante as suas necessidades e aspirações. Ao sabor dos tempos e das modas as mentalidades vão se alterando, dando novas funcionalidades e identidades aos locais, tornando-os dinâmicos e únicos. Da interação estabelecida entre os residentes, e entre

estes e os lugares, surge um quadro cultural que, por essa razão, é ímpar e de difícil reprodução. Logo, poder-se-á afirmar que uma dada área industrial se encontra circundada por um ambiente especial de **relações sociais** e de **valores culturais**, como códigos e padrões de conduta, crenças, valores e criações.

Edwards e Llurdés (1996) mencionam que os locais de trabalho não são apenas isso, mas também focos para comunicação e partilha de crenças e culturas. Os mundos de trabalho são, assim, organismos complexos constituídos por referências culturais imateriais e materiais. Os edifícios, as matérias, as máquinas, os utensílios e os meios de transporte, entre outros bens tangíveis, fazem todos igualmente parte desses organismos vivos. A interpretação de uma determinada área industrial não pode, portanto, ficar indiferente ao ambiente social e cultural que a envolve, assim como uma atracção turística industrial necessita ser planeada de modo a harmonizar-se com esse mesmo ambiente, protegendo-o e valorizando-o.

### I.3 OBJECTO DE ESTUDO

A discussão conduzida até ao presente ponto levantou um conjunto de questões que se consideraram necessárias à realização de uma análise holística do conceito de turismo industrial e seu desenvolvimento. Em consideração estiveram vários aspectos citados e comentados pelos diversos autores da especialidade. Analogias e correspondências foram sendo efectuadas na tentativa de acrescentar algo de novo e de imprimir algum dinamismo à análise do tema.

Não obstante, e de modo a dissipar eventuais abstracções e a definir com objectividade e clareza o foco de estudo do presente trabalho científico, considere-se que, neste âmbito, o conceito de turismo industrial diz respeito à oferta turística organizada e disponibilizada em empresas operacionais ou não – de produção de bens e/ou serviços e, portanto, que proporcionem experiências mais ou menos tangíveis e que impliquem ou não a participação do turista – cujos motivos de viagem podem variar entre a descoberta dos produtos ou da organização onde são concebidos, da paisagem circundante ou do ambiente sociocultural associado.

## I.4 CONCLUSÃO

Existe, de facto, uma panóplia de aspectos relacionados com a noção de turismo industrial, o que demonstra que o tema tem sido discutido e que diversas reflexões têm surgido por autores de diferentes partes do mundo, especialmente dos continentes europeu e asiático. Não obstante esse relevante aspecto, conclui-se que o nicho turístico em análise necessita de maior reconhecimento em termos globais, no sentido de ganhar maior dispersão e divulgação. Poder-se-á considerar, portanto, que se encontra em fase de crescimento no seu ciclo de vida.

Conclui-se, ainda, que o desenvolvimento do turismo industrial poderá constituir um importante factor na revitalização de algumas áreas industriais, ou mesmo de alguns meios urbanos, pela quantidade de atracções, actividades e experiências que potencialmente oferece aos locais. O turismo industrial contribui, seguramente, para a diversificação da oferta turística de uma região, dando-lhe vantagem competitiva em relação a outras que não possuam uma base industrial (de relevo).

A actividade turística em estudo é multidisciplinar e susceptível de captar o interesse de públicos tão distintos quantos possam existir. Na verdade, é um turismo que motiva pela componente educativa, como pela cultural, como pelo seu carácter prático e curioso, dando a melhor conhecer bens e serviços que fazem parte da vida diária das pessoas. Por outro lado, os possíveis interessados em usufruir deste tipo de turismo podem ser adultos e crianças, estudantes e académicos, fornecedores e clientes, residentes e estrangeiros, entre outros grupos.

Seja em empresas ou em património industrial, a diversidade de actividades e equipamentos possíveis de serem disponibilizados ao visitante é grande, de acordo com o que foi apresentado na secção I.2. A selecção e combinação mais adequada depende, apenas, da criatividade do planeador, ou equipa de planeamento, e das condições oferecidas pelo espaço.

A singularidade do turismo industrial está fortemente relacionada com a cultura e património industrial de uma dada região. Esta actividade turística depende, em grande medida, dos valores sociais e culturais locais e das relações que a população local e residente estabelece com o meio. Ter a percepção de como funcionam essas dinâmicas é um factor de sucesso para o desenvolvimento do turismo industrial.

## CAPÍTULO II SUSTENTABILIDADE DO TURISMO INDUSTRIAL

### II.1 INTRODUÇÃO

Numa concepção tradicional, turismo industrial e sustentabilidade parecem não ser assuntos compatíveis, devido, essencialmente, à natureza das actividades turística e industrial. Por um lado, o turismo é um fenómeno complexo tendo em conta a variedade de agentes e actividades económicas que o compõem, assim como as diversas relações que se estabelecem. Tem, assim, de um modo geral, impactes – negativos e positivos – em três grandes domínios: na economia, na sociedade (incluindo na cultura) e no ambiente. Por outro lado, a indústria está, originalmente, associada a diversos problemas ambientais, a práticas e condições de trabalho inaceitáveis e, mais actualmente divulgado, a falta de gestão económica eficiente. No entanto, considera-se que o papel da indústria deve ser reinventado dentro da área do turismo e de um modo que a sua compatibilidade com os objectivos do desenvolvimento sustentável possa ser assegurada. É nessa base que se desenrola o presente capítulo e, por conseguinte, o trabalho de investigação desenvolvido e apresentado.

Este segundo capítulo do enquadramento teórico encontra-se organizado em três secções, sendo que na primeira (secção II.2) são apresentadas, inicialmente, algumas considerações básicas sobre o desenvolvimento sustentável, afinando, *a posteriori*, para o turismo sustentável, criando, assim, o suporte para as secções subsequentes. A secção II.3 incide sobre questões da cultura e património industrial, efectuando reflexões sobre a necessidade da sua sustentabilidade. A secção II.4 prende-se com o interesse económico do turismo industrial – seus impactes positivos na empresa e na região é o âmbito global da discussão.

### II.2 CONSIDERAÇÕES EM TORNO DO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO SUSTENTÁVEL

No ano de 1987 ficou, formalmente, consagrado o conceito de **desenvolvimento sustentável** – desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras suprirem as suas próprias necessidades (UN, 1987) – no livro “O Nosso Futuro Comum”, também conhecido como Relatório Brundtland, publicado pela Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento. Desde então muitos contributos têm sido acrescentados ao

conceito e inúmeras explanações e interpretações têm surgido, sendo que essa noção tem sido, igualmente, aplicada em diversas áreas do saber e a diferentes sectores da economia e da sociedade. O quadro 2.1 apresenta um conjunto de expressões-chave, e respectivos significados, que se verificou serem sistemáticas na bibliografia analisada no contexto do presente trabalho e sob esta temática particular.

**Quadro 2.1 | Expressões-chave comumente utilizadas no contexto do desenvolvimento sustentável.**

EXPRESSÃO-CHAVE	SIGNIFICADO
Perspectiva holística	Ter em atenção o todo e não cada uma das partes individualmente, ou seja, é necessário que o desenvolvimento perspetive o equilíbrio entre as vertentes social, cultural, ambiental, económica, política.
Perspectiva a longo prazo	Ter a capacidade de continuar ao longo do tempo, ou seja, é fundamental que o desenvolvimento respeite as potenciais aspirações de gerações futuras, adaptando-se, prontamente, a alterações no ambiente global.
Equidade social e económica, intra- e inter-geracional	Ter a faculdade de beneficiar toda a população residente actual e futura, melhorando a sua qualidade de vida e proporcionando as mesmas oportunidades, bem como de distribuir de forma justa os proveitos daí advindos.
Decisões apropriadas às especificidades do local	Ter o cuidado de delinear actividades especificamente adaptadas às características do local, espelhando, assim, a identidade que lhe é própria.
Envolvimento da comunidade	Ter a capacidade de incorporar as potencialidades da comunidade local nas actividades projectadas.
Participação activa de múltiplos <i>stakeholders</i>	Ter em atenção a importância do compromisso dos múltiplos <i>stakeholders</i> locais com o processo de tomada de decisão para um desenvolvimento mais realístico e exequível, inculcando, assim também, responsabilidade colectiva e potencializando o sentimento de pertença.

Tendo em conta a superabundância de reflexões efectuadas em torno da definição de desenvolvimento sustentável, Wall (2009) tece, assim, as seguintes considerações em jeito de resumo:

- i. Requer uma perspectiva de longo prazo, que conduza à equidade entre as pessoas, e entre estas e outros habitantes do planeta;
- ii. Tem como base o *empowerment* de pessoas para participarem nas decisões que influenciam a qualidade de suas vidas;

- iii. Mais tarde, a manutenção da cultura foi incorporada, sendo que é já comum afirmar-se que, idealmente, as iniciativas de desenvolvimento sustentável devem ser economicamente viáveis, ambientalmente sensíveis e culturalmente apropriadas.

Também na área do turismo este conceito ganhou lugar e expressão. Assim, Butler (1993, p.29, citado por Wall, 2009, p.38) define **turismo sustentável** como o turismo que é desenvolvido e mantido numa área (comunidade, ambiente) de um modo e numa escala que permanece viável por um período de tempo indefinido, não degradando nem alterando o ambiente humano e físico onde permanece. Throsby (2009) vem acrescentar que as várias expressões-chave implícitas ao conceito de sustentabilidade se uniram sob a forma de critérios para o turismo sustentável, um paradigma agora bem estabelecido para as estratégias de gestão da actividade turística. Indo ao encontro dos contributos dos autores anteriores, Wall (2009) chama a atenção para que se considere, portanto, o potencial da noção de sustentabilidade para a disponibilização de orientações na gestão da mudança, na selecção de oportunidades a perseguir e na análise de impactes que devem ser encorajados ou redireccionados.

Tendo todas as afirmativas anteriores em conta, será importante considerar que a sustentabilidade não é um mecanismo destinado a medir a adequação de uma dada actividade turística, mas sim uma meta global ideal para a qual devem, necessariamente, tender todas as formas de turismo (Godfrey, 1996, citado por Simpson, 2001, p.7). Isso leva a ponderar que também o turismo industrial pode e deve ser planeado, desenvolvido, implementado, reinventado de um modo que o torne/seja sustentável, apesar da imaginável e equívoca incompatibilidade de conceitos e áreas de actividade.

Seja qual for o tipo de turismo, os elementos-chave da sustentabilidade turística incluem o respeito pelas necessidades dos visitantes e das comunidades locais, e a protecção e melhoria das atracções turísticas, agora e num futuro mais ou menos longo (Edgell, 2006). Na verdade, a relação entre turistas, população local, entidades públicas e privadas, atracções e o ambiente é complexa, interactiva e simbiótica. A propósito, Coccossis (2009) e Saturnino (2009) vêm afirmar que, talvez mais do que outra actividade económica, o turismo tem uma inter-relação fortemente intrincada com o património natural e cultural, dependendo, desse modo, da disponibilidade e qualidade desses recursos. Ao mesmo tempo, segundo os autores anteriores, o desenvolvimento turístico incontrolado pode conduzir à degradação do património natural e cultural e, em última



instância, à diminuição do seu potencial (Coccossis, 2009; Saturnino, 2009) para atrair turistas e para competir com outros destinos.

Basicamente, e tal como aponta Polese (2009), o turismo sustentável visa promover uma actividade turística na qual convirjam três requisitos: a eficiência económica dos operadores turísticos, a equidade social dentro dos contextos territoriais, e a protecção ecológica dos destinos turísticos e áreas naturais. Aqui se aditará mais um requisito: o desenvolvimento de actividades culturalmente apropriadas.

É no sentido de avaliar as dimensões cultural e económica da sustentabilidade do turismo industrial que surgem os subcapítulos seguintes. As vertentes social e ambiental poderão ser analisadas no contexto de um trabalho de investigação ulterior.

### II.3 CULTURA E PATRIMÓNIO INDUSTRIAL

Wall (2009) esclarece, de forma tão elementar quanto interessante, que cultura e património são ubíquos, pois onde houver pessoas, há cultura e património. **Cultura**, ou património intangível, como é, frequentemente, designada, é o conjunto das potencialidades intangíveis capazes de conferir a um determinado local uma identidade muito própria e única, impossível de ser plagiada; é fruto das gentes locais e depende destas para a sua perpetuidade; inclui tradições, crenças, rituais, superstições, costumes, modos de viver, hábitos. **Património** é a mescla de itens físicos, directa e facilmente observáveis e palpáveis, construídos e/ou reunidos pela e para a população de um dado local; engloba edifícios, maquinaria, ferramentas, transportes, peças de arte e artesanato, vestuário, livros e registos gráficos, entre outros inúmeros objectos.

O valor cultural e patrimonial de um lugar é inquestionável e incomparável. Sejam quais forem os itens, tangíveis ou intangíveis, existentes no presente, estes foram seleccionados no passado e deseja-se que possam ser contemplados por gerações vindouras, as quais deverão fazer por mantê-los: o património liga e providencia a continuidade entre o passado, o presente e o futuro (Wall, 2009).

Throsby (2009) reforça também o valor da cultura e do património e, estabelecendo uma comparação, afirma que tradições, costumes e estilos de vida de um determinado local, herdados

de gerações passadas e que conferem a esse espaço um carácter particular, são tão mais válidos e atractivos quanto o património em forma tangível, podendo ser, aliás, tanto ou mais importantes como condutores da procura turística quanto itens patrimoniais óbvios, tais como monumentos, edifícios e outros sítios. Não obstante o paralelismo, certifica o mesmo autor que informação estatística recolhida em diversos países tem revelado o papel das especificidades culturais, sejam relativas a património tangível e/ou intangível, como determinantes nas decisões dos turistas em visitar determinados destinos (Throsby, 2009).

Aliás, Ferreira (2003) discute sobre o perfil do turista da actualidade, muito mais experiente e exigente nas escolhas que efectua, com maior disposição para a descoberta e para a aprendizagem. Refere a autora que “o comprador [turista/visitante] não deseja fruir passivamente a oferta, mas antes colaborar activamente através da interacção entre aprender e saber fazer”, exigindo, dessa forma “a transformação dos locais de valor patrimonial em pontos de produção de cultura viva, experiências em que os visitantes sejam convidados, de algum modo a participar”, e uma maior inovação e criatividade na concepção e no marketing do produto turístico (Ferreira, 2003, pp.130-138).

Como já foi discutido, anteriormente, neste capítulo, o desenvolvimento do turismo numa determinada região depende, em grande medida, da cultura e do património que lhe promovem rótulo e reconhecimento. Ora, se esse desenvolvimento não for devidamente conduzido, a actividade turística poderá levar à alteração, depleção ou plastificação dessa vertente tão importante e da qual depende fortemente. Adicional e consequentemente, a comunidade local poderá deixar de ter motivos para colaborar no progresso turístico, repelindo mesmo qualquer actividade da natureza e/ou desconsiderando e relativizando a sua participação.

De acordo com Edgell (2006), algumas opiniões referem que o turismo pode levar ao desaparecimento dos ambientes humanos tradicionais para dar lugar a torres de concreto artificiais, ideias e uma moral distorcidas. Salienta, ainda, que um turismo descontrolado pode, entre outras consequências, subverter valores sociais e levar à proliferação de performances culturais fabricadas e à comercialização, a valores reduzidos, de recordações mascaradas como artigos locais (Edgell, 2006). No entanto, nem tudo é negativo e Edgell (2006) aponta que a actividade turística, cuidadosamente planeada, pode beneficiar culturalmente o local pela exposição da comunidade a novas ideias, pessoas, línguas e pelo conhecimento de casos de

sucesso; pode promover oportunidades para as pessoas locais de aprenderem mais sobre elas próprias, aumentando, assim, o sentimento de orgulho no património que é seu; e pode contribuir para a revivescência cultural, no sentido em que a procura turística por artigos locais faz ampliar o interesse em manter a actividade, preservando, assim também, as aptidões de artesãos, doceiros, entre outros exemplos.

Chew (2009) assevera que a **sustentabilidade cultural** é, reconhecidamente, difícil de definir e de medir, pois ao contrário do que acontece com prejuízos biológicos e ecológicos, não existe uma forma objectiva de determinar o quanto uma cultura foi/é afectada pela actividade turística, de analisar a extensão e a gravidade dos impactes nela causados. Não obstante, o mesmo autor aponta que existe uma questão que é similar às dimensões cultural e ambiental de um dado destino/produto turístico: ambas têm sido imprudentemente exploradas como externalidades para o lucro privado e o consumo pessoal (Chew, 2009).

Outra problemática ligada à sustentabilidade cultural diz respeito à inautenticidade que deprecia, em grande medida, o desenvolvimento turístico com base na cultura e no património de uma dada região. Explica Chew (2009) que, muito frequentemente, na comercialização de um destino, suas tradições, artefactos, arquitectura, comunidade e facilidades, o imperativo da **autenticidade cultural** é pouco enfatizado para efeitos de conveniência e custo-efectividade. Adicionalmente, produtos culturais inautênticos são produzidos de forma a atrair o maior número de turistas para consumir a cultura de uma localidade. Decorrente de tudo isso, a inautenticidade pode minar o património local de modo directo e indirecto, descontextualizar o que realmente é autêntico, desinformar os visitantes e trivializar as diferenças culturais (Chew, 2009; Walton, 2002, p.124, citado por Cole, 2004, p.483).

Ainda segundo Chew (2009), a perda de elementos históricos pela mercantilização da cultura leva os visitantes a perderem o interesse pelo local, conduzindo, por consequência, à insustentabilidade cultural num futuro não muito distante; tende a homogeneizar a oferta turística, tornando os produtos limitados e indistintos; e conduz ao desaparecimento do *know-how* tradicional, da tecnologia e do conhecimento histórico. O autor ressalta que a introdução de elementos contemporâneos pode imprimir tanto significado quanto os históricos, no entanto falta-lhes, inevitavelmente, o senso de exotismo, o efeito de imersão cultural local e a intelectualidade da profundidade histórica (Chew, 2009).

No contexto da **cultura e património industrial**, especificamente no sector das minas e pedreiras, Edwards e Llurdés (1996) tecem considerações extremamente pertinentes, as quais se apresentam de seguida:

- :: Castelos, igrejas, catedrais, museus e edifícios associados a episódios históricos têm atenção e reconhecimento garantidos, ao passo que outros imóveis, geralmente ligados a actividades produtivas, responsáveis por degradação ambiental e por tornar a paisagem menos bela, têm sido negligenciados.
- :: Maquinaria industrial ou uma mina podem, igualmente, ser objectos de considerável valor histórico, mas nem sempre recebem o mesmo prestígio que as torres de uma igreja Românica ou os vitrais de uma catedral Gótica. É quase improvável que uma área industrial conquiste a conotação romântica ou estética desses outros elementos pela maioria dos visitantes.
- :: Para além da falta de beleza (critério de elevada subjectividade) das áreas de mineração, estas encontram, ainda, três dificuldades adicionais, tal como foi também apresentado no contexto do desenvolvimento do turismo industrial (ver secção I.2):
  - (i) as instalações são, geralmente, de grande tamanho o que implica que a sua reparação, restauro e consequente manutenção se tornem dispendiosas;
  - (ii) a degradação do ambiente e da paisagem nas áreas circundantes, por vezes, é tão acentuada que se torna difícil atrair novas e diferentes actividades, não só as que poderão estar directamente relacionadas com o património local;
  - (iii) a localização periférica que as caracteriza dificulta a sua inclusão nos circuitos económicos e turísticos mais convenientes e conhecidos. Os autores depreendem, assim, que outras formas de património industrial, nomeadamente as urbanas, tornam-se tarefa mais viável, no sentido em que podem fazer parte de uma atracção turística mais ampla e combinada.

Embora as ponderações anteriores tenham versado, essencialmente, sobre a temática das minas e pedreiras, as quais possuem especificidades muito próprias, tais como, a localização periférica e a grande extensão das instalações, as mesmas podem e devem ser tidas em conta no âmbito do desenvolvimento de outros tipos de património industrial.

Segundo a Comissão Internacional para a Conservação do Património Industrial – TICCIH (2003), o património industrial compreende os vestígios da cultura industrial que possuem valor histórico, tecnológico, social, arquitectónico ou científico. Estes vestígios englobam edifícios e maquinaria, oficinas, moinhos, fábricas, minas e locais de processamento e de refinação, armazéns e lojas, centros de produção, transmissão e utilização de energia, transportes e todas as suas infra-estruturas, assim como os locais onde se desenvolveram actividades sociais relacionadas com a indústria, tais como habitações, locais de culto ou de educação (TICCIH, 2003).

Igualmente interessante será enunciar considerações de outros autores sobre a noção de património industrial. Assim, o património industrial de uma área não se refere apenas aos monumentos e artefactos que persistiram, embora sejam importantes, mas também às pessoas e comunidades cujas vidas, capacidade empreendedora e energia dispendida fizeram do local o que ele é (ERIH, 2001, p.11, citado por Cole, 2004, p.481). Edwards e Llurdés (1996) referem, ainda, que minas e fábricas não eram apenas locais de trabalho mas também focos de comunicação e desenvolvimento de crenças e tradições compartilhadas. Por outras palavras, e sob uma perspectiva diferente, cada área industrial é única, devido, essencialmente, às características do seu património industrial, da estrutura económica regional, das políticas nacionais e, não menos importante, da identidade cultural local e da existência de facilidades turísticas (Jansen-Verbeke, 1999).

Karki, Immonen e Taavitsainen (2006) referem, a propósito da transformação de sítios de património industrial em museus, que as reconstruções do passado são as memórias do futuro, pois os avós podem contar histórias de como eles eram aos netos e, nesse sentido, proporcionar-lhes a ligação a um mundo no qual nunca entraram antes. Essas experiências transformam os museus industriais em espaços onde os visitantes têm a oportunidade de se compreenderem e de descobrirem o seu lugar/papel na sociedade e no mundo (Karki, et al., 2006).

O interesse e a apreciação atribuídos ao património industrial são indiscutíveis entre os autores estudados. De forma sucinta e objectiva, a TICCIH (2003) apresenta, assim, os valores do património industrial:

- i. O património industrial representa o testemunho de actividades que tiveram e que ainda têm profundas consequências históricas. As razões que justificam a protecção do

património industrial decorrem, essencialmente, do valor universal daquela característica, e não da singularidade de quaisquer sítios excepcionais.

- ii. O património industrial reveste-se de um valor social que é parte do registo da vida de homens e mulheres comuns e, como tal, proporciona-lhes um importante sentimento de identidade. Na história da indústria, da engenharia e da construção, o património industrial apresenta-se, ainda, com valor científico e tecnológico, para além do carácter estético associado à qualidade da sua arquitectura, do seu design ou do seu planeamento.
- iii. Estes valores são intrínsecos ao próprio sítio, às suas estruturas, aos seus elementos constitutivos, à sua maquinaria, à sua paisagem industrial, encerrados em documentação escrita e também em registos intangíveis contidos na memória dos Homens e nos costumes.
- iv. A raridade, em termos de sobrevivência de processos específicos de produção, de tipologias de sítios ou de paisagens, acrescenta-lhe um valor particular e deve ser cuidadosamente avaliada. Os exemplos mais antigos, ou pioneiros, manifestam um valor especial.

É bem patente a importância da cultura e património industrial de, e para uma dada região. Trata-se de recursos valiosos para o desenvolvimento turístico, pois, na verdade, a criatividade na concepção de um produto de turismo industrial está, apenas e somente, na forma como ele será organizado, promovido e disponibilizado ao público, e não na criação de valor nos elementos industriais locais existentes; estes já têm valor, são exclusivos e difíceis, se não impossíveis, de imitar.

#### **NOTA: Arqueologia industrial**

Difere do conceito de património industrial, com o qual é comumente confundida, por se tratar de um método interdisciplinar que estuda todas as evidências materiais e imateriais, de documentos, artefactos, estratigrafia e estruturas, aglomerados humanos e paisagens naturais e urbanas, criadas para ou por processos industriais, utilizando as técnicas de investigação mais adequadas para aumentar a compreensão do passado e do presente industrial (TICCIH, 2003). Karki, et al. (2006) realçam, ainda, que, na verdade, os estudos arqueológicos de locais industriais são, vulgarmente, motivados pelo restauro que tem como objectivo a preparação dos mesmos para utilização turística e educacional.

No sentido de preservar, conservar e proteger todo o item cultural e natural de valor único, existe, desde 1972, a **Convenção do Património Mundial** (adiante apenas Convenção), pela **UNESCO** (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Aliás, pode ler-se no documento “Orientações Técnicas para Aplicação da Convenção do Património Mundial” (UNESCO, 2008, p.13), que a Convenção “visa a identificação, protecção, conservação, valorização e transmissão às gerações futuras do património cultural e natural de valor universal excepcional”, constituindo, assim, “um importante contributo para o desenvolvimento sustentável”.

Explica Landorf (2009) que a preocupação inicial da Convenção era para com monumentos e sítios históricos, mas que, actualmente, a Lista do Património Mundial (adiante apenas Lista) já inclui centros históricos urbanos, paisagens industriais e património intangível, designado neste capítulo como cultura. Igualmente, Karki, et al. (2006) certificam que, nos finais do século XX, o património industrial se tornou parte estabelecida e determinante da história cultural e do património mundial, sendo que um dos indícios desse facto é o constante crescimento do número de sítios industriais na Lista da UNESCO.

A **TICCIH** é a organização mundial que representa o património industrial, a qual, por ocasião da Conferência realizada em 2003 na Rússia, mais propriamente em Nizhny Tagil, deixou afirmado que os edifícios e as estruturas construídas para as actividades industriais, os processos e os utensílios utilizados, os lugares e as paisagens nas quais se localizavam, assim como todas as outras manifestações tangíveis e intangíveis, são de importância fundamental; devem, ainda, ser estudados, a sua história deve ser ensinada, a sua finalidade e o seu significado devem ser investigados e clarificados a fim de serem dados a conhecer ao público em geral (TICCIH, 2003).

De acordo com Cole (2004), um passado industrial pode agora ser percepcionado e promovido com imagens culturalmente distintivas com base na “*heritagisation*” de seus edifícios e paisagens (a autora querará referir-se à transformação desses elementos em atracções patrimoniais, através de projectos de conservação e restauro). Referem Edwards e Llurdés (1996) que, se aprimorado e promovido eficazmente, o património industrial pode originar um impacte positivo na imagem do local e desempenhar um importante papel na atracção de recursos económicos.

## II.4 INTERESSE ECONÓMICO DO TURISMO INDUSTRIAL

O crescimento notável do turismo tem atraído a atenção de políticos e decisores pelo seu potencial como motor de estimulação do crescimento económico e do desenvolvimento, sendo, inequivocamente, uma actividade de considerável importância económica global (Coccossis, 2009; Edgell, 2006). O turismo tem múltiplas ligações com uma gama alargada de outros sectores económicos e actividades e, portanto, tem a capacidade de actuar como catalisador do desenvolvimento económico, devido, fundamentalmente, aos seus efeitos multiplicadores (Coccossis, 2009).

Os **impactes económicos da actividade turística** podem verificar-se a dois níveis: nacional e regional/local. A bibliografia sobre o tema é vasta, e, de um modo geral, os autores são unânimes na identificação dos impactes positivos e negativos, directos e indirectos da actividade. Neste contexto, e em jeito de síntese, serão citados alguns trabalhos mais recentes sobre o assunto.

Edgell (2006) aponta que os benefícios económicos do turismo incluem a criação de novos negócios, crescimento do emprego, aumento de receitas, disponibilização de novos produtos, melhoria de infra-estruturas, diversificação económica e oportunidades de ligação com outros serviços e produtos. Da actividade turística poderão, também, decorrer benefícios ao nível da rentabilidade de negócios domésticos como o alojamento, restauração, sistemas de transportes, centros de convenções, entretenimento, recordações, artesanato e serviços de guia (Edgell, 2006).

Coccossis (2009) indica que, no âmbito nacional, o turismo (i) contribui para a balança de pagamentos, mas também (ii) atrai investimentos e empregos para os sectores da construção, dos transportes, da energia, do comércio, entre outros. Ao nível regional/local, o autor refere que o turismo oferece (i) oportunidades de emprego e rendimento, (ii) perspectivas interessantes de desenvolvimento económico para algumas pequenas e remotas localidades, que, de outra forma, não haveria possibilidade de ser alavancado, (iii) ensejo para a melhoria de infra-estruturas e serviços, tais como transportes e banca, os quais beneficiam a sociedade local de modo igualitário e imparcial (Coccossis, 2009).

Constantin e Mitrut (2009) mencionam que o turismo pode trazer uma resposta encorajadora para a questão da competitividade regional, considerando a sua influência



positiva sobre o emprego e o rendimento, e para a redução de disparidades inter- e intra-regionais. Na verdade, explicam os autores, o turismo gera empregos não só em seu próprio sector, como também – via efeitos indirectos e induzidos – em sectores conexos, tais como serviços financeiros, retalho, telecomunicações, entre outros (Constantin & Mitrut, 2009). Os efeitos multiplicadores da actividade turística dependem, no entanto, das características de cada região/local: o tamanho, a atractividade turística, o grau de especialização e concentração/diversificação em termos de indústria e de serviços, a localização em relação a outros mercados locais, são factores a considerar (Constantin & Mitrut, 2009).

Adverte Wall (2009), no entanto, que, idealmente, o turismo deve ser inserido numa economia já existente, não a substituindo mas complementando-a. O turismo deve, assim, ajudar a diversificar a economia ao invés de revezar um sector por outro (Wall, 2009).

Especificamente no que respeita ao **turismo industrial** verifica-se que este oferece **oportunidades quer para a região, quer para a empresa**. Particularmente para as áreas com uma considerável base industrial, a actividade turística em análise compreende possibilidades interessantes com vista ao fortalecimento da estrutura económica (emprego directo e indirecto) e ao aumento da oferta de produtos turísticos (Otgaar, Berg, Berger, & Feng, 2008). Concluem os autores anteriores que, para tais locais, o turismo industrial é um sector com potencial de crescimento que estabelece ligação com a identidade que lhes é própria, podendo consolidar a sua imagem e a distinção em relação a outras áreas industriais através de elementos já existentes (Otgaar, et al., 2008). Na verdade, não se conhecem assim tantas regiões dotadas de um número substancial de atracções industriais abertas ao público; uma estratégia turística que posicione o turismo industrial como questão central, em vez de a afastar ou subestimar, pode impulsionar a região a conquistar vantagens competitivas em detrimento de outras (Otgaar, et al., 2008).

Para as empresas participantes num projecto de turismo industrial verificam-se, de igual modo, uma série de vantagens na opção de abrirem as suas portas a visitantes. Neste contexto, Otgaar, et al. (2008) enumeram seis benefícios do turismo industrial numa perspectiva privada:

- i. O turismo industrial pode efectuar uma contribuição substancial para o marketing de produtos, para a valorização de marcas e da imagem da empresa, e, consequentemente, conduzir a um aumento na lealdade do comprador, nas vendas e na quota de mercado.

Comentam os autores que esta actividade turística oferece, de forma directa, múltiplas possibilidades para que os visitantes se tornem entusiastas da empresa e dos seus produtos; e, indirectamente também, através da publicidade boca a boca. Adicionalmente, o turismo industrial pode desempenhar um importante papel como instrumento de marketing para organizações que produzem bens e serviços intermediários, influenciando e aumentando a lealdade dos seus clientes de *business to business*, fornecedores, comerciais, gestores de produto, entre outros *stakeholders*.

- ii. O turismo industrial, potencialmente, concorre para ganhos de produtividade, na medida em que os colaboradores tornam-se mais orgulhosos da empresa, sabendo que estão a receber a atenção positiva de visitantes, o que, em última instância, aumenta a sua moral de trabalho.
- iii. O turismo industrial pode originar receitas directas pela venda de bilhetes e pela comercialização regular de produtos e/ou recordações, quer na própria empresa, quer por aprovisionamento.
- iv. O turismo industrial responde à necessidade de responsabilidade social corporativa e de participação cívica, pois, na verdade, ao receber visitantes, as empresas podem mostrar como tratam os trabalhadores, o ambiente e as comunidades nas quais operam com maior frequência. Para além disso, a actividade turística pode ser utilizada como um meio de construir uma relação com a população local, convencendo-a dos aspectos positivos da empresa e dissipando eventuais medos, mitos e mal-entendidos.
- v. O turismo industrial pode atrair novos colaboradores (técnicos especializados), principalmente estudantes e recém-formados, interessados no processo de produção ou no tipo de tecnologia utilizada.
- vi. O turismo industrial pode servir como instrumento de pesquisa de mercado, um processo contínuo e cíclico de recolha de *feedback*, desejos, necessidades e sugestões dos visitantes, permitindo, desse modo, a rápida melhoria/ajuste dos produtos e a satisfação dos clientes.

Decorrente da discussão anterior poder-se-á concluir que o turismo industrial oferece oportunidades interessantes para as empresas, as quais, por sua vez, contribuirão para o impulsionamento da economia e da imagem locais, e, em última instância, para a melhoria da qualidade de vida da população. Na verdade, as possibilidades geradas por essa actividade turística poderão diminuir a desertificação de algumas áreas, atraindo novos moradores e,

também, investimentos e capacidade empreendedora. A propósito, Otgaar, et al. (2008) acrescentam que o turismo industrial pode ter uma vantagem significativa sobre o turismo convencional (quererão referir-se ao que é comumente designado por turismo de massas): é que os visitantes, estando em contacto com os produtos das indústrias locais, poderão, com maior facilidade, experienciar e consumir outros géneros de produtos locais, conduzindo, como objectivo final, ao estímulo da economia da região.

O turismo industrial pode, ainda, ser mais benéfico para a região se for desenvolvido em empresas locais, quando comparado com aquele que é realizado em unidades (filiais) com sedes internacionais. Otgaar, et al. (2008) explicam que, no último caso, o benefício da actividade turística pode não ficar de forma integral na região, sendo parcialmente transferido para onde se situa a sede e a maior parte dos seus accionistas. Não obstante, e tendo em conta a variável imagem, existe uma maior convergência de interesses entre a região e empresas multinacionais (estrangeiras), na medida em que a imagem local poderá embargar melhores oportunidades através do turismo industrial desenvolvido em companhias de grande visibilidade e conhecidas globalmente (Otgaar, et al., 2008). Considera-se, no entanto, que, eventualmente, a observação dos autores anteriores se verifique de forma mais acentuada se o grupo-alvo do turismo industrial desenvolvido for o internacional, embora se possa observar interesse por parte de visitantes nacionais e locais por esse tipo de empresas de influência mais alargada.

Sinteticamente, poder-se-á efectuar as seguintes conjecturas:

- i. O turismo industrial é mais benéfico se desenvolvido...
  - ...em empresas locais, em termos de renda para a própria região, e atrairá visitantes internacionais, nacionais e locais.
  - ...em empresas estrangeiras, no que se refere à melhoria da imagem local, e terá maior propensão para atrair visitantes internacionais.
- ii. De uma maneira ou de outra, quer as empresas, quer a região, sofrem impactes positivos decorrentes da actividade turística aqui estudada. Os interesses convergem e se complementam, e, havendo vontade e iniciativa públicas e privadas, estão reunidas as condições para um ambiente económico, social e cultural mais equilibrado, sustentável e competitivo num mercado cada vez mais global e homogéneo.

O desenvolvimento do turismo industrial numa determinada área depende, por um lado, da necessidade política de identificação cultural regional, e, por outro lado, da necessidade económica de criação de novas actividades e produtos (Jansen-Verbeke, 1999). Na verdade, aprofunda a autora, o potencial económico do património industrial, em particular, é um forte incentivo à implementação de diversas actividades, como por exemplo, centros de informação e educação, centros de visitantes, museus, centros comerciais, alojamento turístico e facilidades desportivas (Jansen-Verbeke, 1999). No entanto, muitas áreas industriais enfrentam sérios problemas em redefinir uma base económica, afirma Jansen-Verbeke (1999), acrescentando que as maiores dificuldades se encontram ao nível da falta de dinamismo e empreendedorismo local e da forte dependência em fundos externos para o desenvolvimento de projectos.

A par da reduzida capacidade empreendedora da população local, da dependência de incentivos externos, da falta de conhecimento relativo às potencialidades do turismo industrial por parte de entidades públicas e privadas, verifica-se a ocorrência de uma forte ameaça ao desenvolvimento desta actividade turística: a perda da identidade industrial local, ou seja, das especificidades sociais e culturais ligadas à indústria – actividades quotidianas, ligações entre famílias, linguagem, hábitos religiosos e festivos, rotas e caminhos, entre outras. Todas estas características, umas peculiares, outras mais comuns, é que constituem o material central para a interpretação industrial da região. Poder-se-á, ainda, afirmar que a alma do produto de turismo industrial não se encontra na empresa que se visita, no seu produto, no processo de produção ou na tecnologia utilizada, mas nas questões mais imateriais que pairam e definem aquele ambiente. Ora, a recuperação, manutenção, valorização desses aspectos depende, em toda a medida, das pessoas que se fizeram nesses locais, normalmente gentes com sabedoria e matéria-prima para o desenvolvimento de um produto de turismo industrial interessante e único, mas que, natural e rapidamente, podem desaparecer, e, junto com elas, toda a informação que possuem. Idealmente, e neste contexto, o turismo industrial deve alavancar duas situações: (i) a criação de oportunidades de emprego (directo) para cidadãos locais com *know-how* nestas temáticas, por exemplo como guias, monitores e artesãos, e (ii) a recolha, o registo e a catalogação dos dados que sejam ainda possíveis de reunir.

A questão do emprego no sector do turismo e, naturalmente, do turismo industrial, é sensível e tem sido foco de inúmeras discussões. Edwards e Llurdés (1996) e Hospers (2002) declaram que uma séria limitação da actividade turística industrial é o seu reduzido impacte ao nível do

emprego na região, porque, na realidade, o número de postos de trabalho gerados por esta actividade nas comunidades locais nunca poderá compensar aqueles que foram perdidos pelo encerramento de empresas (agora património industrial inactivo). Para além da quantidade, também a qualidade do emprego no âmbito do turismo industrial deve ser tido em conta, na medida em que aquele pode implicar alguma precariedade em termos de segurança, nomeadamente decorrente da sazonalidade que caracteriza a actividade turística em geral, da carga horária disponibilizada (*part-time* ou *full-time*) e da baixa remuneração oferecida (Hudson, 1994, citado por Hospers, 2002, pp.401-402).

No seguimento da temática anterior, e no âmbito do desenvolvimento local com base no turismo industrial, refira-se que será de capital importância a instalação e organização de empreendimentos turísticos e/ou alojamento local por duas questões, fundamentalmente: (i) criação de oportunidades de emprego (indirecto) especializado e de oferta formativa/académica concernente, permitindo a existência de condições para que a população mais jovem se fixe nos seus locais de residência/origem; (ii) reunião de circunstâncias que facilitem e aliciem a pernoita dos turistas na região, os quais poderão, por consequência, gastar mais dinheiro em serviços locais e noutras atracções turísticas. Sobre este assunto, Otgaar, et al. (2008) esclarecem que para a empresa poderá ser irrelevante o facto do visitante assumir a postura de excursionista (regressando para casa no final da visita); o que mais importa é que ele pague pela visita e que saia com uma impressão positiva. Pelo contrário, para a região, passar aí a noite aumenta a probabilidade dos turistas visitarem mais do que uma empresa, uma vez que dispõem de mais tempo livre (Otgaar, et al., 2008), e despendem, localmente, mais dinheiro noutros serviços directa e/ou indirectamente associados à actividade turística. Quanto mais diversificada for a oferta de serviços de uma região, maior propensão haverá por parte do turista para aumentar o seu tempo de permanência e a despesa que está disposto a efectuar.

Resultado das reflexões efectuadas ao longo deste subcapítulo, deduz-se que, de um modo geral, o turismo industrial induz/propicia a diversificação económica e que, igualmente, é necessário que ocorra a diversificação económica para que o desenvolvimento do turismo industrial seja sustentável e interessante. Trata-se, portanto, de uma dependência recíproca necessária.

De acordo com Hospers (2002), num número crescente de regiões industriais da Europa, o turismo industrial tem conquistado popularidade como uma ferramenta política adicional para a

regeneração da economia local. Na sua perspectiva, Hospers (2002) afirma que, além de poderem funcionar como atracções turísticas, edifícios antigos têm também a capacidade de actuar como espaços de criação de novas ideias que poderão contribuir para o desenvolvimento económico local. Remata, asseverando que, no final, a utilização diversificada que se dê ao património industrial pode ser uma estratégia mais eficaz para a renovação regional, do que restaura-lo apenas para fins turísticos (Hospers, 2002).

Importa, nesta fase, referir que, naturalmente, o desenvolvimento do turismo industrial transporta alguns custos, os quais, aliás, são passíveis de serem deduzidos através das discussões realizadas nesta secção. Adicionalmente, duas questões devem ser examinadas: a primeira refere-se ao facto de não se considerar sensato pensar-se nesses custos de um modo isolado, quer isso dizer que determinadas acções que se empreendam no âmbito do turismo industrial poderão, até em grande medida, vir a contribuir para a actividade central da empresa, para a melhoria das suas condições gerais, a título de exemplo; a segunda prende-se com a expectativa temporal do retorno esperado pelos proprietários/gestores da empresa, pois na verdade, não raro será verificar-se que os benefícios – directos e indirectos – da actividade turística poderão ocorrer a um médio ou longo prazo, e não de forma relativamente imediata. Quanto a este assunto, será de suma necessidade que todos os *stakeholders* sejam, devida e claramente, informados sobre estas questões de carácter prático e objectivo inerentes ao desenvolvimento de um produto de turismo industrial. O apoio do sector público, as parcerias público-privadas e os patrocínios poderão funcionar como alavancas à iniciativa. Estas reflexões encontram receptividade e fazem sentido, de igual modo, no contexto do património industrial (edifícios e espaços industriais inactivos).

Segundo Otgaar, et al. (2008), os custos do turismo industrial não se referem apenas ao investimento inicial necessário e a despesas de manutenção da actividade, mas são também traduzidos por algumas barreiras ou potenciais riscos que poderão desencadear-se, sendo eles, resumidamente, a capacidade de carga e a segurança dos locais, o roubo e a espionagem industrial, e o carácter sazonal do turismo devido, essencialmente, à questão da contratação de guia(s).

## II.5 CONCLUSÃO

A conjugação entre turismo industrial e os princípios da sustentabilidade é possível e recomenda-se, apesar da equívoca incompatibilidade de áreas e filosofias. Qualquer que seja a tipologia turística, a sustentabilidade da sua actividade deve verificar-se a todos os níveis de acção – social, cultural, ambiental e económico. Em termos práticos, essa deve ser a metodologia a adoptar e a meta a atingir no planeamento e desenvolvimento turístico.

A sustentabilidade cultural do turismo industrial está, claramente, relacionada com e dependente do valor da cultura e património industrial. Esta actividade turística será sustentável e terá sucesso se a sua base assentar no respeito e na valorização desses elementos, uma vez que é aí que se encontra a alma do produto turístico. Cabe ao planeador, ou equipa de planeamento, a salvaguarda, a promoção e a perpetuidade dos itens imateriais, que se encontram em estado latente na comunidade local, e dos itens materiais, que têm interesse pelo seu carácter único (não havendo outros iguais), útil (fazendo parte do dia-a-dia das pessoas), belo (pela arquitectura e engenharia), construtivo (proporcionando a revivência de algumas profissões/ofícios e processos de fabrico) e educativo (contribuindo para o aumento do conhecimento geral).

A sustentabilidade económica do turismo industrial centra-se, fundamentalmente, na criação de rendimento e na melhoria da imagem da empresa, ou atracção industrial, e da região. Ao longo da secção II.4 foram apontados inúmeros benefícios decorrentes desta actividade turística, bem como ressalvas e conjecturas ao seu desenvolvimento sustentável. Torna-se claro que, no entanto, a engrenagem de tudo isso é complexa e exige sabedoria, pois, na verdade, os interesses na actividade são tão vastos e diversos quanto o número de entidades envolvidas. Ao mesmo tempo, é necessário que todos os *stakeholders* sejam envolvidos no processo de tomada de decisão para que a sustentabilidade seja uma realidade e não uma utopia. O desafio passa por encontrar uma metodologia que, por um lado, favoreça os objectivos de conservação e valorização da cultura e património industrial, e, por outro lado, vá ao encontro das expectativas de todos os interessados no turismo industrial (comunidade local e residente, agentes económicos, organismos públicos e associativos, visitantes, entre outros).

A transparência e a objectividade do processo de desenvolvimento de um produto de turismo industrial são requisitos básicos para que se consiga, de facto, atingir a meta da sustentabilidade,

a qual está lado a lado com a da competitividade. Esses devem ser os parâmetros a ter em conta na estruturação do turismo industrial.





## CAPÍTULO III PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL

### III.1 INTRODUÇÃO

No primeiro capítulo do enquadramento teórico ficaram bem patentes as características e potencialidades do turismo industrial. Como nicho de mercado que se desenvolve quer em espaços vivos, quer em património inactivo, necessita de planeamento responsável não só no que se refere ao dinamismo territorial que daí poderá advir, como também, e talvez principalmente, ao respeito pelos interesses e anseios das comunidades locais. No segundo capítulo toda a atenção esteve voltada para a questão da sustentabilidade do turismo industrial, ressaltando-se, particularmente, a importância da valorização da cultura e do património industrial (sustentabilidade cultural) e a relevância económica que esta actividade turística poderá revelar para a região e todos os seus intervenientes (sustentabilidade económica). Mais uma vez se verifica que apenas um planeamento consciente poderá garantir que a sustentabilidade se efective no desenvolvimento turístico de uma região com forte base industrial, como de resto deverá observar-se em qualquer tipo de turismo. De um modo natural, intuitivo e lógico surge, assim, o presente capítulo, dando seguimento e complementando os assuntos discutidos nos que o precedem.

Nesse sentido, o capítulo encontra-se organizado em duas secções, sendo que na primeira (secção III.2) é analisado um vasto conjunto de considerações em torno do planeamento em turismo industrial, onde são verificados os princípios do desenvolvimento sustentável e salientados aspectos pertinentes referidos por autores desta temática específica. A secção III.3 prende-se com a análise sintética de três casos de estudo de planeamento em turismo industrial, visando, por um lado, a complementaridade da secção anterior, e, por outro lado, a reunião e compilação de linhas orientadoras para esse intento.

### III.2 CONSIDERAÇÕES EM TORNO DO PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL

O processo de planeamento em turismo deve, em todas as suas acções, estar em concordância com os **princípios do desenvolvimento sustentável**. Só assim poderá ser considerado um planeamento integrado, responsável, equilibrado e realístico. Recorde-se o quadro 2.1 (ver secção

II.2) onde se encontram listadas algumas das expressões-chave, e respectivo significado, mais presentes na bibliografia sobre desenvolvimento sustentável, as quais serão discutidas ao longo desta secção sob o contexto do planeamento em turismo industrial.

Todos os locais industriais devem ser analisados sob uma **perspectiva holística**, isto é, tendo em conta a envolvente que os cerca, não só em termos de monumentos ou de edifícios, mas também como parte de um conjunto de elementos que traduzem um processo contínuo de mudança, que, por sua vez, é resultado da interacção inevitável de todas as actividades humanas com o meio ambiente (Edwards & Llurdés, 1996). Para além desse factor, há que considerar que esses locais foram ou são fortemente ligados ao sector secundário, ao trabalho físico produtivo. Ora, o desenvolvimento do turismo implica, necessariamente, a mudança para uma sociedade mais caracterizada por serviços (sector terciário), o que acaba por ser uma força motriz para a melhoria da qualidade de vida da população residente. Tanto a ressalva de Edwards e Llurdés, quando chamam a atenção para o tipo de escala que se deve utilizar no desenvolvimento da actividade turística em questão, quanto o assunto seguinte, concernente à possível **alteração estrutural da economia local**, constituem grandes desafios para o planeamento em turismo industrial.

Segundo Edgell (2006), contribuir para a **qualidade de vida** de uma dada região através do turismo é uma aposta que exige preocupação, porque, na verdade, não é possível que a *transformação intelectual* aconteça por si própria, mas antes como parte integrante de uma política organizada e de um processo de planeamento baseados numa maior compreensão do ambiente global. Hospers (2002) utiliza a expressão *mudança cultural* nas comunidades locais para se referir ao que é necessário para que se processe a troca de um centro de produção por uma área de consumo. Edgell (2006) esclarece que a estratégia passa por desenvolver uma abordagem integrada para o planeamento turístico e infra-estruturas, e que o objectivo global é conceber um programa de desenvolvimento sustentável do turismo em termos ambientais e culturais, que confira, adicionalmente, competitividade à indústria turística e viabilidade económica às comunidades locais.

No que respeita ao património inactivo, e além da estratégia de turismo industrial, Hospers (2002) vem acrescentar que os monumentos industriais poderão representar outros papéis e assumir diferentes funcionalidades, complementando e reforçando áreas económicas e sociais de uma determinada região. O que, na verdade, o autor defende é que o turismo industrial será mais

viável se considerado um **instrumento político adicional** para a regeneração local. Conclui, pois, que, no final, a utilização alargada que se poderá planear para o património industrial constituirá uma estratégia mais eficaz para a renovação regional do que restaurar esses monumentos apenas para fins turísticos (Hospers, 2002).

Neste ponto poder-se-á efectuar a seguinte reflexão. Anuiu-se, anteriormente, que o turismo industrial deverá ser considerado como um instrumento estratégico adicional para a regeneração local, concorrendo, desse modo, para uma economia mais diversificada. Considera-se que, na verdade, é o melhor caminho a seguir: permite a utilização de espaços industriais por actividades de outros sectores, o desenvolvimento e a afirmação dessas mesmas iniciativas na região, e, consequentemente, a melhoria da qualidade de vida geral. Se o turismo industrial for, portanto, considerado parte integrante de um processo de planeamento integrado e holístico, estará a concorrer, em simultâneo, para a criação de circunstâncias para o seu próprio desenvolvimento sustentável. Ou seja, quanto maior a diversificação de serviços (turísticos e outros) disponibilizados numa região, maior propensão haverá para o sucesso da actividade turística industrial, pelo aumento do tempo de permanência e da despesa realizada pelo turista. Sobre este assunto, Edwards e Llurdés (1996), Hospers (2002) e Otgaar, et al. (2008) são assertivos quando referem que as atracções industriais terão maior perspectiva de sucesso se incluídas num amplo conjunto de atracções turísticas locais, fazendo parte de um **produto integrado e global**. Otgaar, et al. (2008) vão, ainda, um pouco mais longe afirmando que a concretização passa por desenhar a região como se se tratasse de um centro comercial, no qual os clientes procuram as várias lojas.

Mansfeld (1992), a propósito do desenvolvimento turístico em cidades industriais em declínio, refere-se a três questões primordiais a ter em conta no processo de revitalização local: (i) a necessidade de envolvimento de todas as partes interessadas e o entendimento mútuo dos benefícios que poderão advir do processo; (ii) a disponibilização de incentivos por parte do governo central; (iii) a existência de um plano abrangente (*master plan*) que elucide quanto às orientações a tomar na materialização de projectos, respeitando a estrutura e as funções do local.

Cole (2004), dissertando sobre a sustentabilidade do turismo em património mineiro, tece algumas considerações para uma abordagem holística pelo planeamento, as quais encontram pertinência no âmbito deste trabalho de investigação e se apresentam de seguida:

- :: A necessidade de uma abordagem holística pelo planeamento em turismo só surgiu, verdadeiramente, pela constatação da necessidade de construir uma forte ligação entre as comunidades locais e as minas.
- :: A inclusão da população residente no processo de tomada de decisão contribui para que o desenvolvimento sustentável atinja as metas do **longo prazo** e da **equidade**. Na realidade, menciona a autora, influenciando as interpretações de suas vidas, as comunidades podem manter o registo de um modo de existência que, de outra forma, passa, inevitavelmente, a história. Torna-se vital, assim, que as comunidades sejam envolvidas na formação da sua própria imagem e na determinação da precisão e da autenticidade do património mineiro.
- :: Em termos económicos, e de um modo mais amplo e holístico, o turismo deve sempre fazer parte integrante dos planos de regeneração local, tendo em conta a sua contribuição para a melhoria da **imagem da região**, para a atracção de **investimento** e para a provisão de **formação** para a população. A autora afirma que, de forma a maximizar o potencial do turismo industrial, os planeadores devem considerar a possibilidade de formação de alianças de marketing que incluam a promoção de atracções complementares próximas, ou mesmo entre regiões transnacionais que partilhem características e história similares.

Ballesteros e Ramírez (2007), no âmbito do estudo que realizaram sobre o papel das identidades sociais no desenvolvimento do turismo de património industrial mineiro, apontam que a importância da identidade e da comunidade é elevada e determinante, devendo ser explorada como factor condicionante no planeamento, na gestão e na sustentabilidade deste tipo de turismo. Apresentam, para tanto, duas recomendações: (i) a utilização de **metodologias participativas** para o planeamento e a gestão do turismo industrial, uma vez que este parece ser o modelo que melhor garante o conhecimento apropriado das potencialidades turísticas e das especificidades locais; (ii) a necessidade de avaliar a condição em que se encontra a identidade da população cujo património será convertido em atracção turística, sendo, por isso, fundamental incluir indicadores relacionados com essa temática em todas as acções do processo de desenvolvimento do turismo industrial (Ballesteros & Ramírez, 2007).

É bem patente a importância atribuída ao **envolvimento da comunidade** e à **participação dos diversos stakeholders** no processo de planeamento e no desenvolvimento de um produto de

turismo industrial. Poder-se-á aduzir que as duas premissas garantem a adequada implementação e gestão da actividade turística em causa no território, a justa distribuição da renda daí proveniente, a utilização e revivificação do *know-how* local, a correcta valorização e divulgação da cultura e património industrial e a possibilidade de gerações futuras usufruírem dos valores (materiais e imateriais) que definem e diferenciam o local. Acrescenta-se, ainda, que sendo o turismo industrial considerado um nicho de mercado, dependente das características intrínsecas a uma dada região e atraindo, por conseguinte, um público-alvo específico, torna-se fundamental que o seu planeamento respeite as duas condições apontadas para que alcance, em última instância, a sustentabilidade em todas as suas vertentes – cultural, social, ambiental e económica.

Como já foi referido anteriormente, a operacionalização dos dois aspectos salientados passa, essencialmente, pela auscultação da população através da recolha de informação no terreno e da organização de momentos participativos. A identificação inicial de todos os potenciais interessados no desenvolvimento do turismo industrial, bem como de todas as entidades (individuais, colectivas, privadas, públicas) que poderão contribuir para o sucesso da actividade e beneficiar dos proveitos gerados, é de capital relevância para o processo. Ost (2009) afirma que políticas sustentáveis definidas em torno de recursos culturais locais só poderão ser efectivas se se conhecer todo e qualquer tipo de actor com interesse nesses itens.

**Informação** é a base do planeamento em turismo; obtê-la, analisá-la e geri-la são procedimentos elementares e fundamentais para todo o processo. Edgell (2006) salienta que, quando se enceta o desenvolvimento do plano estratégico para um produto de turismo sustentável, é importante, ao nível da oferta, inventariar todas as atracções e actividades complementares locais, e, ao nível da procura, reunir as estatísticas locais e nacionais, bem como pesquisas, sobre as características e os interesses dos visitantes. Do primeiro caso resulta que o produto turístico, se desenvolvido e gerido apropriadamente, pode melhorar o ambiente geral e a qualidade de vida da população residente; o segundo caso tem efeito no aumento da satisfação dos clientes (Edgell, 2006).

Contudo, Landorf (2009), a propósito da integração dos princípios da sustentabilidade no processo de planeamento de locais de património industrial, adverte para as seguintes fraquezas: (i) compromisso limitado com alterações e tendências que possam surgir aos níveis local, nacional e global; (ii) definição restrita de objectivos e fraco desenvolvimento de indicadores de desempenho; (iii) integração inadequada dos valores e atitudes locais; (iv) colaboração dos

*stakeholders* circunscrita ao governo central e a agências não-governamentais. Para além dos pontos apresentados, o autor refere, ainda, que o plano concebido para a área industrial tende a ter uma capacidade limitada para evoluir como um documento dinâmico, adaptando-se a novas forças internas e externas e a mudanças nos acordos de colaboração (Landorf, 2009). No sentido de colmatar as fragilidades apontadas, Landorf (2009) esclarece que deve ser incorporado no ciclo de planeamento uma avaliação e uma revisão anuais, e que as linhas de comunicação estabelecidas entre os vários *stakeholders* devem garantir a sua equitativa e ampla participação no processo de tomada de decisão.

Girard e Torrieri (2009) referem que, com base num **processo de avaliação** contínua, sistemática e integrada, torna-se possível melhorar o conhecimento de cada impacte no território, controlando, desse modo, a viabilidade abrangente da actividade turística. Os autores acrescentam, ainda, que o plano estratégico do turismo deve apresentar uma **lista de prioridades** de acções coordenadas no espaço e no tempo, com base num conjunto de critérios económicos e culturais, de modo a garantir o desenvolvimento sustentável do local e a conservação do património (Girard & Torrieri, 2009).

Um aspecto importante a ser focado é que o planeamento e a gestão em turismo requerem, como afirma Coccossis (2009), a definição de **mecanismos de governância** que contemplem procedimentos, os quais permitam a partilha de prioridades dos vários *stakeholders* e o desenvolvimento e a adopção de uma estratégia comum que concorra para um turismo sustentável.

Na verdade, e como se acaba de verificar, o planeamento em turismo industrial, e em qualquer tipo de turismo, deve ser considerado um processo contínuo, em melhoria e adaptação constantes, ético e abrangente, centrado em objectivos comuns e em estratégias realistas e viáveis. Considera-se, ainda, que o planeamento em turismo industrial deve ser, por um lado, alavancado e conduzido por **organismos regionais/locais**, na medida em que são os que conhecem melhor o território e as respectivas dinâmicas sociais e económicas, e, por outro lado, apoiado por **políticas e incentivos centrais**, criando produtos e imagens de referência e, em última instância, contribuindo para o bem geral.

De modo a complementar e a enriquecer o presente capítulo, considerou-se pertinente a selecção, a análise e a apresentação, em secção própria, de alguns casos de estudo de planeamento em turismo industrial. A selecção dos casos teve como base (i) o paralelismo encontrado com o presente trabalho científico e com os respectivos objectivos, (ii) a qualidade do artigo científico ou documento em termos de informação discutida e apresentada, (iii) a referência (relativamente) frequente por parte de outros autores (casos estrangeiros), e (iv) a existência de situações consideradas análogas em território nacional.

### III.3 CASOS DE ESTUDO DE PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL

Nesta secção pretende-se efectuar uma síntese das discussões realizadas pelos autores seleccionados, nos respectivos trabalhos, concernentes à questão do planeamento em turismo industrial. Não se trata de uma análise de conteúdo exaustiva, mas de um estudo e sistematização das considerações que têm pertinência no âmbito do presente trabalho de investigação. O objectivo passa por constituir um enquadramento metodológico ou conjunto de directrizes, onde poderá assentar o processo de planeamento em turismo industrial, e, especificamente, a parte empírica e resultados deste trabalho.

Em cada caso, a referenciação bibliográfica será efectuada apenas uma vez, no início, evitando, para tanto, a repetição desnecessária. Adicionalmente, não serão efectuados quaisquer comentários ou reflexões pessoais ao longo da exposição; esse propósito terá lugar apenas no último parágrafo da secção-estudo pertinente.

#### III.3.1 LIMBURG, BÉLGICA

O presente caso apresenta-se em formato de artigo científico, publicado em 1999 pelo editor Routledge. Da autoria de Myriam Jansen-Verbeke o trabalho tem o título *Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development*, e como objectivo principal a apresentação de um plano de desenvolvimento para a região mineira de Limburg através do turismo (Jansen-Verbeke, 1999).

Do ponto de vista do visitante, a variedade de experiências possíveis em Limburg é um forte trunfo e, por isso, a complementaridade entre os diversos locais industriais deve ser considerada como uma orientação basilar no planeamento do turismo da região. Esta



medida permite evitar a repetição de atracções similares ou comparáveis, como ter um museu em cada local, por exemplo. Para além disso, com o tema geral baseado na história da mineração de carvão, cada local, individualmente, pode desenvolver um subtema específico: num sítio pode ser enfatizado o trabalho na mina, noutro as condições de vida dos mineiros, e noutro os aspectos culturais específicos da comunidade.

A identidade cultural da região deve ser uma condição privilegiada no desenvolvimento de um turismo sustentável. Relacionada com esse aspecto está a dimensão temporal do planeamento do turismo de património industrial, sendo que os caracteres que definem o local e o tornam único, e que se encontram armazenados na memória de cada habitante, correm o risco de ser perdidos.

Facilidades de recreio ao lar livre, nas imediações de cada sítio industrial, oferecem valor acrescentado para o visitante cultural, devendo, portanto e também, ser comercializadas.

Foi proposto o desenvolvimento de quatro *clusters* na região de Limburg: (i) um *core cluster* seria transformado num centro de informação turística, funcionando, também, como foco da rede turística regional; (ii) um segundo sítio teria como principal atracção um museu, que, para além de comportar exposições, visitas guiadas e audiovisuais, seria suportado por um conjunto de facilidades de lazer, incluindo cafés, lojas, entre outras; (iii) um terceiro lugar seria convertido num centro comercial de grandes proporções, combinado com um campo de férias, um campo de golfe e uma série de outras facilidades recreativas (a autora refere que este projecto foi cancelado, uma vez que encontrou forte oposição por parte da população local); (iv) um quarto sítio estaria situado nas margens do rio Meuse, favorecendo, assim, a implantação de uma área para a prática de desportos e de uma academia de música e artes, e a transformação de um dos mais antigos e prestigiados edifícios industriais num hotel temático.

De modo a criar uma sinergia entre os quatro *clusters*, seria necessário desenvolver-se um sistema de ligação estratégico e atractivo. Foi realizado um grande investimento no desenvolvimento de rotas para bicicletas na região, sendo que a infra-estrutura existente poderia ser adaptada e melhorada para a concepção de uma rota temática. Antigas linhas de caminho-de-ferro, que ligavam cada uma das áreas de mineração, oferecem, também,

possibilidades interessantes e acrescentam valor ao turismo da região. A medida implicaria a renovação de algumas estações de comboio (a maioria encontra-se abandonada) e o devido apoio por parte da entidade nacional que regula esse sector dos transportes. O estabelecimento de ligações físicas atractivas entre os diferentes locais é considerado um ponto-chave no modelo de desenvolvimento regional.

Um dos objectivos principais do plano proposto é o desenho de um marketing conjunto dos diferentes sítios, uma vez que a atractividade turística da região, como um produto integrado, excede a soma dos potenciais de cada parte. Sendo assim, o marketing conjunto requer a definição de redes organizacionais entre os parceiros públicos e privados envolvidos no desenvolvimento de produtos turísticos individuais. O estabelecimento de parcerias público-privadas parece ser o modelo de gestão mais eficiente. A colocação de produtos de património industrial no mercado turístico necessita de estratégias de marketing inovadoras e criativas, pois, na verdade, o desafio de modificar a imagem que o público em geral tem de áreas industriais num destino interessante e atraente requererá sérios esforços e tempo.

O risco associado ao investimento em infra-estruturas turísticas pode ser compensado com incentivos criados por organismos públicos que estejam dispostos a coordenar e apoiar iniciativas na área do turismo. Sob esta perspectiva, a valorização de sítios de património industrial requer uma política de apoio *top-down*. A título de exemplo, políticas de conservação e planeamento do destino são tarefas e responsabilidades primárias de entidades regionais e nacionais. No entanto, ao nível do governo, a compreensão do valor do turismo de património industrial é a excepção e não a regra.

A opção de desenvolver o turismo de património industrial ao nível regional, e não localmente, aumentará a capacidade da sua sustentabilidade e viabilidade.

De um modo global, dois aspectos estão bem patentes no caso de estudo exposto: a regionalização do produto turístico e a necessidade de um marketing conjunto. A autora discorre de forma permanente as razões pelas quais se devem adoptar as duas premissas apontadas, em detrimento de um planeamento individualista e meramente local.

### III.3.2 BLAENAVON, REINO UNIDO

À semelhança do caso anterior, também este se apresenta em formato de artigo científico. Publicado pelo editor Routledge, em 2001, é da autoria de Calvin Jones e de Max Munday e tem como título *Blaenavon and United Nations World Heritage Site Status: Is conservation of industrial heritage a road to local economic development?* O objectivo central do artigo é examinar as questões de política relacionadas com um programa de regeneração económica regional, centrada na conservação e na renovação de património industrial (Jones & Munday, 2001). Ainda em analogia com o estudo precedente, igualmente este caso refere-se, na sua essência, a património industrial nas áreas do carvão e do ferro, sendo que uma das atracções principais de Blaenavon é a mina de carvão Big Pit, conhecida mundialmente e considerada objecto de estudo e referência por parte de diversos autores.

Assim como os benefícios económicos, a política associada à promoção do património industrial necessita salvaguardar o equilíbrio entre o envolvimento da comunidade e o desenvolvimento de uma série de facilidades mais estritamente dirigidas para os visitantes. Apesar dos custos associados ao envolvimento dos residentes na interpretação das atracções e no processo de planeamento, o facto pode acrescentar considerável valor e qualidade ao produto turístico.

De modo a potencializar a diversificação económica local, é fundamental fomentar-se um conjunto de projectos ligados à conservação do património industrial e concebidos no sentido de se aumentar o número de visitantes na região. Assim, os projectos de base compreendem melhorias em infra-estruturas chave (particularmente, no que respeita a acessos), novas construções, conservação, monitorização e reparação de formas primitivas e/ou originais, em paralelo com melhorias gerais no parque habitacional e desenvolvimento de novas unidades para complementar a actividade turística. O objectivo é promover-se uma oferta turística diversificada com um selo indiscutível de aprovação de qualidade, pelo menos em termos de significado cultural.

No caso de Blaenavon, capturar a despesa do visitante e aumentar a duração da sua permanência são absolutas necessidades neste modelo de desenvolvimento, podendo gerar, por sua vez, uma economia local mais diversificada, a qual, através da prestação de serviços de maior qualidade, contribuiria para a disponibilização global de benefícios. No

entanto, o sucesso de tais políticas depende de uma abordagem paralela pelo lado da oferta e pelo lado da procura; por exemplo, a primeira, objectivar o apoio ao lançamento apropriado de negócios, e a segunda, incluir o marketing estratégico do produto turístico de património industrial.

O sector público desempenha um importante papel em todo o processo de desenvolvimento do turismo industrial e na promoção do envolvimento económico dos negócios locais, nomeadamente, através da divisão de grandes contratos, proporcionando, desse modo, a criação de candidaturas conjuntas ou o auxílio às empresas no sentido de atingirem padrões de qualidade (mais elevados). Tais medidas podem acarretar benéficas implicações ao desenvolvimento do capital humano local, particularmente se novas habilidades e experiências tiverem propensão para despertar interesse comercial a longo prazo.

Torna-se clara a necessidade de se alcançar um equilíbrio entre a conquista de objectivos económicos do lado da procura e a manutenção dos valores culturais, entre disponibilizar serviços para os visitantes e permitir aos residentes o proveito total dos benefícios decorrentes do desenvolvimento do turismo industrial. O processo de planeamento deve contemplar acções rigorosas de consulta e de divulgação de informação de base, bem como o envolvimento de negócios existentes no desenho e operacionalização dos projectos. Subjacente às direcções políticas definidas deve estar a protecção da cultura e património industrial durante os processos de diversificação e regeneração local.

Do presente caso de estudo é possível extrair-se duas questões que parecem ser fundamentais: a diversificação da economia local pelo *empowerment* da população e por um conjunto de projectos complementares, e o equilíbrio entre as características da oferta e as exigências da procura. Os autores prenderam a sua atenção, essencialmente, na natureza das políticas de apoio ao desenvolvimento económico regional pelo fomento do turismo industrial.

### III.3.3 SEIXAL, PORTUGAL

O Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo no Concelho do Seixal (adiante apenas Plano), elaborado por Carlos Costa e Rui Costa, e publicado pela Câmara Municipal em questão

em 2005 (Costa & Costa, 2005), apresenta-se como o terceiro caso de estudo seleccionado no contexto do planeamento em turismo industrial, incidindo, particularmente, sobre a temática da arqueologia industrial. Difere dos anteriores pela forma e pelo conteúdo, tratando-se de um documento prático, na sua essência, um instrumento territorial.

Parte integrante do Plano Director Municipal, visa corroborar os princípios do desenvolvimento sustentável através da “participação e envolvimento da população, das instituições e dos agentes económicos do município” (p.3), e salientar a importância do “desenvolvimento de projectos verdadeiramente adaptados às características do território, suas potencialidades e fragilidades, por forma a poderem integrar verdadeiramente as restantes políticas de desenvolvimento local, construtoras de melhor qualidade de vida junto da comunidade” (p.16).

De um modo global, a elaboração do Plano teve como base uma metodologia segundo a Conta Satélite do Turismo e centrou-se numa abordagem pelo lado da oferta, resultando numa matriz de recursos turísticos, e pelo lado da procura, originando uma matriz de produtos turísticos. Desses dois *outputs* foi possível obter-se agregados de oferta.

Mais detalhadamente, a organização do Plano envolveu quatro fases principais: (i) “inventariação e diagnóstico” – “recolha de dados ao nível da oferta e procura turísticas, assim como [...] de modelos e *best-practices*”, donde resultou a criação de “uma base de dados do Inventário de Recursos Turísticos [...] do concelho do Seixal”; (ii) “análise, recolha e tratamento de informação” – “compilação e tratamento da informação essenciais para a construção do Plano”, incluindo, ainda, “o desenvolvimento de diversos momentos de consulta e participação pública”; (iii) “formulação do Plano, projecto e da política de desenvolvimento” – definição do “modelo e respectivas estratégias de implementação para o desenvolvimento do turismo no concelho do Seixal”; (iv) “apresentação e divulgação públicas” – “momento de divulgação do Plano” em 2005 (p.14).

Na base da metodologia utilizada foi salvaguardado um conjunto de princípios, tais como, (i) o dinamismo do Plano para se adaptar a alterações que possam surgir no ambiente global, (ii) a sua legitimidade para continuar no tempo, (iii) o respeito pelas necessidades actuais salvaguardando expectativas futuras, e (iv) a promoção da cidadania incentivando a

participação e a responsabilidade colectivas. Para além disso, os processos levados a efeito caracterizaram-se pela “partilha e visões horizontais do futuro comum”, em detrimento de “processos meramente *top-down*”. Na verdade, “as autarquias locais são o agente fundamental interlocutor da comunidade e com maior proximidade à mesma” (p.14).

A participação pública, cujo objectivo passava por determinar expectativas, valores, capacidades e dinâmicas da comunidade local, funcionou em quatro moldes, essencialmente: (i) consulta à Câmara Municipal para obtenção da informação de base, utilizando o apoio de diversos serviços, dada a transversalidade que caracteriza o turismo; (ii) contacto com os agentes (privados e associativos) locais directamente ligados à actividade turística, tendo em conta os eixos preconizados na Conta Satélite do Turismo (agências de viagens, *rent-a-cars*, unidades de alojamento, restaurantes, oferta cultural, desportiva e recreativa), e donde resultou “a criação de redes de partilha de informação mais informais e a divulgação da realização do Plano, abrindo espaço para a conquista de parceiros e de uma base de trabalho futura”; (iii) consulta e participação (inquirição por entrevista) das “entidades regionais e locais, que directa ou indirectamente influem ou exercem a sua função no sector do turismo”, nomeadamente, no que se refere a dinâmicas de investimento; (iv) inquirição, por questionário, à população local e aos residentes no concelho, no sentido de avaliar expectativas, preferências e hábitos na área do turismo (p.15).

O processo de planeamento contou, ainda, com “momentos de *brainstorming*” (p.15) entre a equipa de coordenação técnico-científica e a equipa técnica do Gabinete de Turismo da autarquia, em circunstâncias chave, que serviram para partilha de conhecimentos e decisão, e com a selecção e análise de “*best-practices* e modelos de referência” (p.16).

A constituição da política e estratégia para o turismo no Seixal teve em consideração a definição do público-alvo, a orientação da estratégia de marketing para os segmentos de mercado mais relacionados com a oferta, e o direccionamento das acções de promoção do destino Seixal. Ainda neste âmbito, a organização do produto turístico e da imagem teve por base os seguintes pressupostos: diferenciação (tornar o destino único), identificação (basear-se nas especificidades locais), legibilidade (transmitir claramente a imagem do destino), massa crítica de produtos (número, variedade e qualidade de recursos com

interesse), sustentabilidade económica (viabilidade organizacional e comercial dos *clusters* de oferta) e envolvimento da comunidade local (forte ligação ao concelho).

A par do turismo, as estratégias delineadas contribuíam “de uma forma efectiva para o enriquecimento da oferta cultural, de lazer e recreio, e desportiva do concelho, para os visitantes, mas principalmente para a população local” (p.27).

Foi traçado, cumulativamente, um conjunto de projectos complementares ao nível do alojamento, da restauração, de portos de recreio e do Centro de Estágios do Sport Lisboa e Benfica.

Ao nível da governância, foi proposta a criação de uma Organização de Gestão do Destino, com funções no âmbito de incentivo, gestão e monitorização das propostas apresentadas no Plano, e com responsabilidade sobre as seguintes questões: (i) desenvolvimento da imagem do destino; (ii) concepção de materiais promocionais, (iii) criação de estatística sobre a procura e oferta turísticas no concelho; (iv) “criação de uma rede de centros de recepção e informação para o turista”; (v) concepção de plano de sinalização; (vi) “desenvolvimento [...] de uma estratégia de captação de investimento para os projectos definidos”; (vii) desenvolvimento de acções de formação e qualificação de recursos humanos tendo em conta os produtos oferecidos (p.37).

Considera-se que o caso de estudo exposto, por se tratar de um documento com orientações práticas e aplicáveis ao território em questão, se apresenta de um modo objectivo, completo e integrado, dando-se importância a inúmeros aspectos nele subjacentes. No entanto, destacam-se três: a análise do conhecimento e das experiências contidas nos serviços da autarquia, sendo este o organismo que melhor conhece as várias dinâmicas do território, e aproveitando, desse modo, economias escala; o modelo de participação pública, holístico e activo; e a posição de destaque atribuída aos residentes como público-alvo das estratégias definidas.

## III.3.4 LINHAS ORIENTADORAS PARA O PLANEAMENTO EM TURISMO INDUSTRIAL

Os casos de estudo apresentados oferecem um conjunto interessante de referências e experiências que poderão ser alvo de atenção no âmbito do presente trabalho de investigação, nomeadamente:

<b>Ao nível da organização do produto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>:: A complementaridade entre diversas atracções para, por um lado, tornar o produto mais heterogéneo e interessante, e, por outro lado, garantir a sua sustentabilidade económica.</li> <li>:: A criação de <i>clusters</i> de oferta temáticos, com funções específicas e relativamente esparsos no território.</li> <li>:: A implementação de um sistema de ligações físicas atractivo e estratégico entre os vários <i>clusters</i> de oferta, respeitando e valorizando sistemas e infra-estruturas tradicionais já existentes.</li> <li>:: A organização de um produto turístico regional, envolvendo semelhantes ou diferentes áreas industriais e conferindo-lhe, consequentemente, maior sustentabilidade e viabilidade.</li> </ul>
<b>Ao nível do ambiente intrínseco global</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>:: O respeito pela identidade cultural, no sentido de aproveitar o que é único e de promover o <i>empowerment</i> da comunidade local.</li> <li>:: A conjugação dos sectores do turismo e do lazer e recreio para, por um lado, acrescentar valor à experiência turística e, por outro lado, permitir o usufruto dessas actividades e equipamentos pela população residente.</li> <li>:: O equilíbrio entre as necessidades da comunidade e as expectativas dos visitantes, no sentido de não imprimir alterações significativas no modo de vida das gentes locais, mas antes contribuir para a melhoria da sua qualidade de vida e da experiência turística.</li> </ul>



**Ao nível da governância**

- :: O incentivo à criação de novos serviços e de serviços com rótulo de qualidade na região, pelo apoio ao empreendedorismo local e pela formação e especialização técnica de residentes que pretendam desenvolver e/ou inovar as suas capacidades profissionais para o sector do turismo.
  - :: A articulação com as políticas de ordenamento do território e com as linhas estratégias definidas para o sector do turismo ao nível regional.
- 
- :: O planeamento do marketing estratégico para o produto integrado, sendo que, deste modo, a atractividade e a competitividade do destino poderão aumentar consideravelmente.
  - :: O estabelecimento de parcerias público-privadas como modelo de gestão mais eficiente e sustentável, dando, assim, a oportunidade de envolvimento económico por parte de negócios locais, e garantindo, também, a participação do sector público como alavanca económica fundamental.
  - :: A consulta oportuna e pertinente à população local e residente, bem como aos restantes agentes económicos e sociais da região, de modo a realizar-se e a obter-se análises reais e integradas do estado da situação, antes, durante e após o processo de planeamento; e respectiva divulgação.
  - :: O dinamismo do planeamento, no sentido de se adaptar a alterações nos meios internos e externos e de se garantir legítimo ao longo do tempo.
  - :: A criação de uma entidade que efectue a gestão e a monitorização das estratégias e acções no âmbito do turismo industrial, visando, entre outras responsabilidades, a recolha e tratamento de informação pertinente à actividade.

Deduz-se, particularmente em termos da importância do papel do governo para o planeamento e desenvolvimento do turismo industrial, que são duas as suas funções principais: (i) o incentivo por

meio de linhas de financiamento disponíveis e (ii) a compreensão e regulamentação do valor da cultura e património industrial.

### III.4 CONCLUSÃO

O planeamento em turismo industrial, como em qualquer outra tipologia turística, deve assentar e respeitar os limites e orientações fornecidos pelos princípios do desenvolvimento sustentável. De outro modo não se poderia qualificar o planeamento como um processo integrado e equitativo. Envolver todos os *stakeholders* no processo de tomada de decisão e no desenvolvimento do produto turístico pode corresponder a um esforço suplementar, mas é um requisito basilar que garante o sucesso das medidas projectadas.

Especificamente ao nível da população local e residente, considera-se o *empowerment* uma abordagem muito interessante por duas situações, essencialmente: por um lado, pode materializar-se em incentivos ao negócio local, em apoio na conquista de parâmetros mais elevados de qualidade nos serviços que já são disponibilizados, e em formação específica para a área do turismo; por outro lado, permite a participação no processo de tomada de decisão, o que contribui, por consequência, para a responsabilidade colectiva, a identificação com as linhas de actuação e o aumento do sentimento de pertença. Trata-se de uma estratégia que tende a conduzir e a mobilizar a própria população para a melhoria da sua qualidade de vida. O papel dos organismos públicos locais/regionais é de capital importância no estímulo e alavancagem do *empowerment* das comunidades.

Poder-se-á concluir, pelas considerações dos autores estudados, que o turismo industrial será mais viável e sustentável se fizer parte de um produto integrado e global e se for considerado um instrumento político adicional para a regeneração local. O facto permite efectuar duas reflexões: (i) na verdade, a inclusão do turismo industrial numa oferta turística diversificada só traz benefícios, quer para a actividade em si, quer para o destino; (ii) as funções a atribuir ao património industrial inactivo podem, na realidade, ser distintas das que estão, directamente, relacionadas com o turismo industrial, salvaguardando, desse modo, a sua sustentabilidade. O potencial do nicho turístico em estudo pode, de igual modo, ser maximizado se se promover a criação de redes com outras regiões nacionais e/ou transnacionais. Contudo, poder-se-á referir que essas orientações dependerão das características de cada região, nomeadamente, da

expressão da actividade industrial, da quantidade de empresas abandonadas, do grau de desenvolvimento turístico, das dinâmicas sociais e económicas e das políticas locais.

A elaboração de um *master plan* do turismo para a região é, igualmente, crucial, no sentido de enquadrar e orientar a concretização de projectos no sector e, de modo específico, no contexto do turismo industrial. Compreender as potencialidades e as fragilidades de um território permite descortinar as possibilidades mais interessantes ao nível do turismo e a sua posição em relação a outros produtos/destinos.

Uma dupla abordagem, pelo lado da oferta e pelo lado da procura, é necessária para que o processo de planeamento em turismo industrial seja integrado. Acrescenta-se que o processo deve ser cíclico e contínuo, devendo, para tanto, incluir momentos chave de consulta e auscultação dos *stakeholders*. A sistematização e a catalogação da informação recolhida devem ser tarefas a ter em conta, assim como a produção de estatísticas.

Conclui-se, ainda, que o planeamento em turismo industrial deve adoptar uma combinação entre políticas de apoio *top-down* e estratégias horizontais de desenvolvimento do produto. As primeiras terão como principais funções a disponibilização de linhas de investimento, de incentivos fiscais e de um enquadramento legal para a valorização dos recursos turísticos industriais. As segundas incidirão, fundamentalmente, na organização das atracções industriais, na descoberta de mercados mais interessantes, na aglutinação de agentes, na criação de mecanismos organizacionais e de redes formais e/ou informais de trabalho.

## CAPÍTULO IV METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

### IV.1 INTRODUÇÃO

Os capítulos anteriores constituem o enquadramento teórico do presente trabalho de projecto e, por conseguinte, a revisão da literatura sobre as temáticas pertinentes a este estudo. O capítulo actual, pelo contrário, dá início à componente empírica do trabalho científico levado a efeito e tem como propósito principal a apresentação e discussão da metodologia da investigação conduzida. Assim, é composto por três secções, sendo que a primeira (secção IV.2) prende-se com a definição dos objectivos central e específicos da investigação. A secção IV.3 apresenta e descreve o processo de investigação, constituído pela formulação da questão-problema, pela definição das hipóteses de investigação e do plano metodológico que lhe está associado. Na secção IV.4 é efectuada uma análise crítica da metodologia adoptada, a qual se centra nos pontos mais ou menos positivos da sua delimitação e aplicação.

### IV.2 OBJECTIVOS DA INVESTIGAÇÃO

No sentido de se avançar com um quadro de desenvolvimento para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal, tal como primeiramente referido, em linhas gerais, na introdução do presente trabalho de projecto, que tenha na sua organização de base os princípios da sustentabilidade e linhas orientadoras para um planeamento integrado, definiram-se os seguintes objectivos:

#### **Objectivo central**

- Verificar se o turismo constitui o veículo de desenvolvimento integrado de destinos turísticos onde predomina a actividade industrial.

#### **Objectivos específicos**

- Analisar o potencial da indústria de uma dada região para atrair turistas/visitantes.
- Estudar o contributo do turismo industrial para a preservação da herança cultural e patrimonial, ligada ao contexto industrial de uma dada região.

- Estudar o contributo do turismo industrial para a atracção de sistemas de incentivos.
- Avaliar se os instrumentos de planeamento existentes numa área-destino onde predomina a indústria apontam no sentido da promoção do turismo industrial.
- Avaliar de que modo o planeamento em turismo industrial equilibra as necessidades da população local em detrimento das políticas de actuação definidas para aquele contexto.
- Avaliar se as estratégias de planeamento em turismo industrial respeitam e valorizam a identidade local.

Os objectivos específicos derivam e têm fundação no objectivo central do trabalho de investigação desenvolvido. Para além disso, respeitam e concorrem para as três temáticas principais que se encontram, individualmente, tratadas em capítulos próprios no enquadramento teórico deste trabalho – desenvolvimento do turismo industrial (capítulo I), sustentabilidade do turismo industrial (capítulo II) e planeamento em turismo industrial (capítulo III).

### IV.3 PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

O processo de investigação levado a efeito compreende três passos fundamentais e logicamente ordenados: primeiro, formulação da questão de investigação; segundo, definição das hipóteses de investigação; terceiro, definição do plano metodológico. De seguida, são descritas as etapas compreendidas e apresentadas as respectivas decisões, considerações e justificações.

#### **1.º Passo | Formulação da questão de investigação.**

A questão de investigação, sendo o ponto de partida de todo o processo de pesquisa e estudo, encontra-se alicerçada quer no conjunto de objectivos delimitados anteriormente (ver secção IV.2), quer na revisão da literatura realizada e apresentada nos capítulos que constituem o enquadramento teórico do presente trabalho científico. Assim, a questão-problema, em torno da qual se centra o processo de investigação, é a que se indica seguidamente:

<b>Questão de investigação</b>	Nas áreas onde predomina a indústria, o sector do turismo é o elemento-chave para o desenvolvimento integrado de destinos turísticos.
--------------------------------	---

## **2.º Passo | Definição das hipóteses de investigação.**

Numa primeira fase, consideraram-se treze hipóteses de investigação as quais resultaram de um estudo preliminar exploratório de análise de diversos artigos científicos sob a temática geral do turismo industrial. Após uma reflexão mais aprofundada, seleccionaram-se seis dessas hipóteses, tendo em conta a importância, para o presente trabalho científico, das áreas temáticas em que se inserem, bem como a sua harmonia e coerência em termos de arranjo e exequibilidade. O quadro 4.1 apresenta, assim, as hipóteses de investigação que estão na base do presente trabalho científico, sendo que as linhas a cinza correspondem às que não serão objecto de estudo neste contexto.

No referido quadro, para além das hipóteses formuladas, podem verificar-se outros itens a elas relativos, nomeadamente, o objectivo específico a que irão responder (definidos, previamente, na secção IV.2) e a meta a alcançar (o que se pretende provar). Adicionalmente, criou-se a coluna “Grupo temático” que visa agregar as hipóteses por grandes áreas temáticas, as quais correspondem, precisamente, às abordadas na revisão da literatura. Pretende-se, deste modo, enquadrar e balizar as problemáticas em estudo, bem como facilitar o tratamento, a análise e a leitura da informação.

**Quadro 4.1 | Hipóteses de investigação.**

HIPÓTESES	FORMULAÇÃO	OBJECTIVO ESPECÍFICO	META	GRUPO TEMÁTICO
H1	A indústria é potenciadora do desenvolvimento turístico de uma dada região.	Analisar o potencial da indústria de uma dada região para atrair turistas/visitantes.	Indústria e desenvolvimento turístico têm uma relação linear.	Desenvolvimento do turismo industrial
H2	O turismo industrial preserva o legado cultural e patrimonial de uma dada região.	Estudar o contributo do turismo industrial para a preservação da herança cultural e patrimonial, ligada ao contexto industrial de uma dada região.	O turismo industrial é um meio de contacto com o passado.	Sustentabilidade do turismo industrial
H3	O turismo industrial potencia o crescimento económico local.	Estudar o contributo do turismo industrial para a atracção de sistemas de incentivos.	O turismo industrial é um veículo do desenvolvimento económico.	
H4	Os instrumentos de planeamento de uma dada região apontam para a promoção do turismo industrial.	Avaliar se os instrumentos de planeamento existentes numa área-destino onde predomina a indústria apontam no sentido da promoção do turismo industrial.	O desenvolvimento do turismo industrial depende das políticas de actuação definidas nos instrumentos de planeamento.	Planeamento em turismo industrial
H5	O planeamento em turismo industrial estabelece uma ponte com as necessidades da população local.	Avaliar de que modo o planeamento em turismo industrial equilibra as necessidades da população local em detrimento das políticas de actuação definidas para aquele contexto.	As necessidades da população local são salvaguardadas pelo processo de planeamento em turismo industrial.	
H6	A identidade da área-destino é um factor condicionante do planeamento em turismo industrial.	Avaliar se as estratégias de planeamento em turismo industrial respeitam e valorizam a identidade local.	O sucesso do planeamento em turismo industrial depende do respeito pela identidade local.	
H7	O turismo industrial promove a protecção ambiental.			
H8	As redes de organizações aumentam a eficácia do planeamento em turismo industrial.			
H9	A gestão do conhecimento é um factor catalisador de inovação em turismo industrial.			
H10	A governância é um factor catalisador de inovação em turismo industrial.			
H11	O turismo industrial melhora a imagem da área-destino.			
H12	O turismo industrial, como produto turístico único, não é viável.			
H13	O turismo industrial permite o desenvolvimento de áreas industriais em declínio.			

Assim, e de acordo com os grupos temáticos constituídos, avançou-se para as seguintes hipóteses, que pretendem operacionalizar os respectivos objectivos específicos definidos:

<b>Grupo temático</b>	<b>Desenvolvimento do turismo industrial</b>
<b>Objectivo específico</b>	Analisar o potencial da indústria de uma dada região para atrair turistas/visitantes.
<b>H1</b>	<p>A indústria é potenciadora do desenvolvimento turístico de uma dada região.</p> <p>Com esta hipótese pretende-se avaliar a capacidade da indústria da região para atrair turistas/visitantes, em função da singularidade dos produtos concebidos, da sua utilidade/aplicação no quotidiano, do seu interesse especial ou particular, dos processos de produção e tipos de maquinaria utilizados, das características históricas da empresa. Com esta hipótese intenta-se provar que indústria e desenvolvimento turístico têm uma relação linear, ou seja, que a existência de elementos industriais de relativa importância conduz ao desenvolvimento dos locais enquanto destinos turísticos.</p>
<b>Grupo temático</b>	<b>Sustentabilidade do turismo industrial</b>
<b>Objectivo específico</b>	Estudar o contributo do turismo industrial para a preservação da herança cultural e patrimonial, ligada ao contexto industrial de uma dada região.
<b>H2</b>	<p>O turismo industrial preserva o legado cultural e patrimonial de uma dada região.</p> <p>Sendo a cultura o elemento diferenciador das áreas-destino, pretende-se com esta hipótese, por um lado, estudar as dinâmicas culturais locais, com enfoque principal nas iniciativas que preservam e promovem as especificidades industriais que a caracterizam. Por outro lado, ambiciona-se analisar o património industrial construído, no sentido de se verificar a existência, ou não, de medidas de recuperação de edifícios para fins turísticos, de lazer e/ou recreio. Com esta hipótese intenta-se provar que o turismo industrial é um meio de contacto com o passado, ou seja, que este tipo de turismo 'dá vida' à cultura material e imaterial inerente à indústria local, assim como proporciona às gerações presentes e futuras o conhecimento e compreensão da herança deixada pelos seus antecessores.</p>



**Objectivo específico** Estudar o contributo do turismo industrial para a atracção de sistemas de incentivos.

**H3** O turismo industrial potencia o crescimento económico local.

Com esta hipótese pretende-se estudar qual a contribuição do turismo industrial para a atracção de sistemas de incentivos e, conseqüentemente, para a criação de condições favoráveis à regeneração económica da região. Com esta hipótese intenta-se provar que o turismo industrial é um veículo do desenvolvimento económico, ou seja, que este tipo de turismo promove a formação de fluxos comerciais transversais e dinâmicos, e, decorrente disso, a abertura para o empreendedorismo, para a existência de novas oportunidades de geração de riqueza e para a criação de novos postos de trabalho.

Grupo temático	Planeamento em turismo industrial
<b>Objectivo específico</b>	Avaliar se os instrumentos de planeamento existentes numa área-destino onde predomina a indústria apontam no sentido da promoção do turismo industrial.
<b>H4</b>	Os instrumentos de planeamento de uma dada região apontam para a promoção do turismo industrial.
	As autarquias assumem um papel preponderante no planeamento das actividades que consideram estruturantes para o desenvolvimento local. Neste panorama, pretende-se com esta hipótese identificar os instrumentos de planeamento criados pela Câmara Municipal e que visam o sector do turismo e, especificamente, a promoção do turismo industrial. Adicionalmente, ambiciona-se averiguar a consideração e coerência das políticas de actuação definidas para esta área nos vários documentos, isto é, se o turismo industrial é uma constante nas intenções da Autarquia e se as mesmas são fiéis às potencialidades deste tipo de turismo na região. Com esta hipótese intenta-se provar que o desenvolvimento do turismo industrial depende das políticas de actuação definidas nos instrumentos de planeamento, pois, tal como já foi referido, as autarquias, tendo o conhecimento real das oportunidades e constrangimentos do

seu território, possuem as ferramentas necessárias conducentes ao desenvolvimento integrado e sustentável do turismo local.

**Objectivo específico**

Avaliar de que modo o planeamento em turismo industrial equilibra as necessidades da população local em detrimento das políticas de actuação definidas para aquele contexto.

**H5** O planeamento em turismo industrial estabelece uma ponte com as necessidades da população local.

A população residente deve ser o elemento mais importante e mais visado no processo de planeamento em turismo industrial, na medida em que são essas as pessoas que deverão usufruir em primeira instância do desenvolvimento do local que é seu, feito por si à sua medida e imagem. Assim, pretende-se com esta hipótese verificar quão ajustadas são as políticas de actuação para o turismo industrial na região às necessidades dos seus residentes. Com esta hipótese intenta-se provar que as necessidades da população local são salvaguardadas pelo processo de planeamento em turismo industrial, ou seja, que os residentes para além de verem o seu património material e imaterial protegido, valorizado e promovido, poderão também eles usufruir da actividade turística em momentos de lazer, recreio, entre outros.

**Objectivo específico**

Avaliar se as estratégias de planeamento em turismo industrial respeitam e valorizam a identidade local.

**H6** A identidade da área-destino é um factor condicionante do planeamento em turismo industrial.

A identidade de uma determinada região tem muito a ver com o grau de especialização numa dada actividade ou com o número expressivo de unidades/espacos que se ocupam de uma mesma tarefa. Por isso é muitas vezes atribuída uma imagem ou marca ao local. Com esta hipótese pretende-se, portanto, analisar a adequação das estratégias de planeamento em turismo industrial à marca da região, ou seja, se aquelas vão ao encontro da sua

promoção e potencialização, contribuindo, de igual modo, para a sua afirmação e unificação. Com esta hipótese intenta-se provar que o sucesso do planeamento em turismo industrial depende do respeito pela identidade local, pois, na verdade, é esse factor que torna a região singular e, por conseguinte, competitiva em detrimento de outras com características aparentemente similares.

### **3.º Passo | Definição do plano metodológico.**

Antes de se avançar para o plano metodológico, propriamente dito, e respectiva descrição, refira-se que a literatura em torno da temática do turismo industrial não é abundante, facto que é corroborado pelos escassos casos cientificamente sólidos existentes. Não havendo um quadro teórico e empírico suficientemente consistente, houve necessidade de se optar por uma metodologia de natureza mais cognitiva de compreensão e interpretação de conceitos, de práticas utilizadas, das diferentes realidades existentes e das possibilidades de aplicação e desenvolvimento da actividade turística em questão. Este não é, portanto, um trabalho com forte validação experimental, baseada na recolha de informação primária e no tratamento e análise de dados quantitativos. Salvaguardando o objectivo último do presente trabalho de projecto – organização de um quadro de desenvolvimento que permita a intervenção ao nível local (municipal) na área particular do turismo industrial – e os objectivos estratégicos delimitados para a investigação conduzida (conforme apresentados na secção IV.2), optou-se por se delinear o *Framework* e, de seguida, calibrá-lo ao município de Águeda. A escolha do local de aplicação baseou-se, essencialmente, em questões de familiaridade, proximidade e também porque Águeda é, sobejamente, conhecida como uma das áreas de maior produção industrial do país, devido, em grande medida, à indústria das duas rodas.

Definidos os objectivos específicos ('o quê') e a meta de cada hipótese ('para quê'), importa, nesta etapa, descrever qual o procedimento a adoptar ('como') no sentido de se trilhar o percurso de investigação delimitado. O plano metodológico visa, para cada hipótese, a enunciação da(s) variável(is) de análise (ou indicadores) e respectiva metodologia de investigação, tal como indica o quadro 4.2. A metodologia definida contempla três campos distintos e pragmáticos: (i) tipo de informação necessária, (ii) método de recolha da informação, e (iii) método de análise da informação.

Quadro 4.2 | Plano metodológico.

HIPÓTESES	FORMULAÇÃO	VARIÁVEIS DE ANÁLISE	METODOLOGIA		
			TIPO DE DADOS	RECOLHA DOS DADOS	ANÁLISE DOS DADOS
H1	A indústria é potenciadora do desenvolvimento turístico de uma dada região.	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ N.º de visitantes (nacionais e estrangeiros)</li> <li>_ N.º de dormidas nos meios de alojamento</li> <li>_ Serviços turísticos disponibilizados (tendo em conta os sete eixos da CST)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Secundários</li> <li>_ Qualitativos e quantitativos</li> </ul>	_ CM de Águeda: . LISTA DE INDICADORES _ Revisão da literatura	_ Análise de conteúdo
H2	O turismo industrial preserva o legado cultural e patrimonial de uma dada região.	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Associações e colectividades ligadas à indústria</li> <li>_ Museus (industriais)</li> <li>_ Festividades (industriais) mantidas/recuperadas</li> <li>_ Unidades fabris encerradas</li> <li>_ Unidades fabris recuperadas para fins turísticos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Secundários</li> <li>_ Qualitativos</li> </ul>	_ CM de Águeda: . LISTA DE INDICADORES _ Revisão da literatura	_ Análise de conteúdo
H3	O turismo industrial potencia o crescimento económico local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Sistemas de incentivos em turismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Secundários</li> <li>_ Qualitativos</li> </ul>	_ Website do QREN _ Website do Turismo de Portugal, I.P. _ Revisão da literatura	_ Análise de conteúdo
H4	Os instrumentos de planeamento de uma dada região apontam para a promoção do turismo industrial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Instrumentos de planeamento existentes em turismo</li> <li>_ Política e estratégia para o turismo industrial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Secundários</li> <li>_ Qualitativos</li> </ul>	_ CM de Águeda: . LISTA DE INDICADORES _ Revisão da literatura	_ Análise de conteúdo
H5	O planeamento em turismo industrial estabelece uma ponte com as necessidades da população local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Iniciativas (industriais) pedagógicas destinadas à população jovem local</li> <li>_ Iniciativas (industriais) culturais, de lazer e recreio voltadas para a população local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Secundários</li> <li>_ Qualitativos</li> </ul>	_ CM de Águeda: . LISTA DE INDICADORES _ Revisão da literatura	_ Análise de conteúdo
H6	A identidade da área-destino é um factor condicionante do planeamento em turismo industrial.	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Listagem de empresas do município</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>_ Secundários</li> <li>_ Qualitativos</li> </ul>	_ CM de Águeda: . LISTA DE INDICADORES _ Revisão da literatura	_ Análise de conteúdo

Verifica-se pela leitura do plano metodológico (quadro 4.2) que, quanto às variáveis de análise enunciadas, estas encontram-se agrupadas e identificadas por hipótese e, consequentemente, por grupo temático; visam responder à hipótese, validando-a ou refutando-a. Quanto ao tipo de informação de base necessária, verifica-se que se tratam de dados, fundamentalmente, secundários e qualitativos, excepto para os indicadores “N.º de visitantes (nacionais e estrangeiros)” e “N.º de dormidas nos meios de alojamento”, os quais tratam de informação de cariz quantitativo. Relativamente à recolha dos dados, constata-se que toda a informação essencial para a verificação das hipóteses tem como fonte a Câmara Municipal de Águeda, à excepção da H3 pelo indicador “Sistemas de incentivos em turismo”, o qual é respondido por consulta aos *websites* do QREN e do Turismo de Portugal, I.P.

Ao nível da Autarquia, o método de recolha dos dados envolveu a realização de dois momentos, essencialmente: (i) reunião de apresentação do projecto e de abertura de contactos; (ii) envio de mensagem electrónica solicitando a informação de base constante na LISTA DE INDICADORES (apêndice A). A reunião e os contactos estabelecidos posteriormente foram efectuados com a Divisão de Planeamento, Empreendedorismo, Ambiente e Turismo da Câmara Municipal de Águeda (DV-PEAT). A LISTA DE INDICADORES, conforme o apêndice A, corresponde à enumeração de todas as variáveis de análise constantes no quadro 4.2 e que visam ser respondidas pela Autarquia em questão, acrescidas da solicitação de “Documento(s) para a caracterização (industrial e turística) do município”, tal como indicado no referido apêndice. Esta informação adicional viria a servir de suporte à realização da secção V.4 (“Caracterização e enquadramento do município de Águeda”), apresentada posterior e oportunamente neste trabalho científico.

Ainda no contexto da recolha dos dados, e depois de obtido o *feedback* da mensagem electrónica enviada, criou-se a MATRIZ – TRABALHO DE PROJECTO que se encontra no apêndice B. Este *output* visa o registo da localização da informação que responderá a cada um dos indicadores. As hipóteses e o grupo temático a que respeitam apresentam-se visíveis de modo a tornar a leitura mais célere e indubitável. Na coluna das “Observações” é possível verificar-se quatro tipos de células, sendo que...

- ...as vermelhas indicam que a DV-PEAT não dispõe de dados disponíveis sobre o indicador, mas que a situação ocorre no município.
- ...as verdes apontam que os dados estão disponíveis na localização citada.
- ...as azuis referem-se a situação não existente no município.

...a laranja alude a dados que estão disponíveis em localizações diferentes das referentes à Câmara Municipal. O indicador 9 foi o único que não seguiu na LISTA DE INDICADORES (conforme apêndice A), por não se enquadrar no objectivo desse documento.

A “Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)” refere-se ao documento escrito enviado por aquela Divisão, dando resposta à LISTA DE INDICADORES.

De salientar que todas as hipóteses são complementadas e atestadas com recurso à revisão da literatura desenvolvida nos capítulos iniciais deste trabalho científico e que integram o enquadramento teórico.

Relativamente à análise da informação de base, verifica-se que, naturalmente, o método a utilizar é a análise de conteúdo ou análise qualitativa dos dados, devido à natureza da tipologia da informação necessária recolhida.

A figura 4.1 pretende representar, de forma esquemática e sintética, a estrutura metodológica utilizada no presente trabalho de projecto.

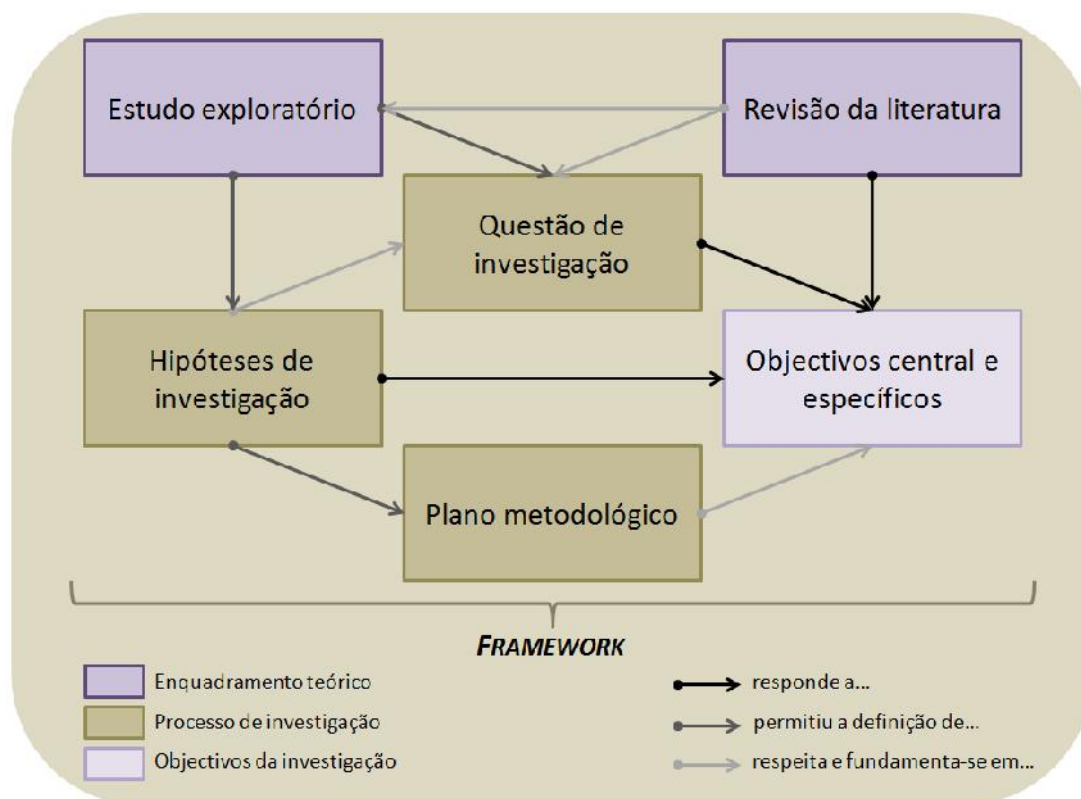


Figura 4.1 | Esquema-síntese da metodologia.

Tendo em consideração (i) a escassez de literatura existente e (ii) a carência de casos cientificamente sólidos em turismo industrial e (iii) as decisões metodológicas tomadas; tendo, ainda, em atenção o objectivo último de obter-se o *Framework* para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal, tem-se que...

...um primeiro momento de estudo exploratório permitiu a definição da questão de investigação e a formulação das hipóteses, as quais respeitam e fundamentam-se na questão-problema.

...o estudo exploratório e a questão de investigação possibilitaram a delimitação e a orientação da revisão da literatura.

...a questão-problema, as hipóteses e a revisão da literatura respondem aos objectivos da investigação (central e específicos), os quais balizam e sustentam todo o trabalho científico.

...a formulação das hipóteses permitiu a definição do plano metodológico, o qual respeita e fundamenta-se nos objectivos da investigação.

...o processo de investigação adoptado compreende três passos sequenciais: primeiro, formulação da questão de investigação; segundo, definição das hipóteses de investigação; terceiro, definição do plano metodológico.

#### IV.4 ANÁLISE CRÍTICA DA METODOLOGIA

Esta secção prende-se com a análise crítica da estrutura metodológica definida para o presente trabalho científico, a qual será conduzida em termos de aspectos mais ou menos positivos da sua delimitação a aplicação. Assim, a metodologia da investigação apresenta os seguintes pontos positivos:

:: A clara definição e o legítimo encadeamento estabelecidos entre as diferentes fases metodológicas, salvaguardando, assim, a ética e a verdade que devem caracterizar a produção científica em todas as áreas do saber e, neste caso específico, no sector do turismo.

:: A inclusão e constante apresentação dos grupos temáticos (desenvolvimento do turismo industrial; sustentabilidade do turismo industrial; planeamento em turismo industrial) ao longo do processo metodológico, sua distinção por cores (vermelho claro, verde claro e azul claro, respectivamente) e sua ligação com a componente

- de revisão da literatura (capítulos I, II e III, respectivamente), conferindo, deste modo, uma harmonia conceptual e terminológica ao presente trabalho de projecto.
- :: A distribuição das hipóteses por grupos temáticos (conforme quadro 4.1), bem como a sua identificação com os objectivos específicos, que visam operacionalizar, e com as respectivas metas, o que potencia uma leitura abrangente e esquemática das definições estratégicas inerentes à metodologia da investigação.
  - :: A organização do plano metodológico em formato de quadro (conforme quadro 4.2), conjugando, de forma integrada e directa, as hipóteses, os indicadores e as três principais considerações metodológicas a tomar, relativas ao tipo, recolha e análise da informação de base, o que proporciona uma leitura holística, rápida e prática das decisões e orientações metodológicas empreendidas.
  - :: A criação de uma matriz de registo da localização da informação relativa às variáveis de análise definidas (conforme MATRIZ – TRABALHO DE PROJECTO, apêndice B), facilitando, desse modo, a gestão da informação.

Em termos de pontos menos positivos, a metodologia adoptada manifesta os seguintes:

- :: O primeiro momento realizado para a recolha dos dados – reunião de apresentação do projecto e de abertura de contactos – deveria ter incluído, igualmente, uma entrevista semi-estruturada, utilizando a LISTA DE INDICADORES (apêndice A) como orientação. Deste modo, ter-se-ia inquirido o entrevistado (responsável pela DV-PEAT) no sentido de se obter informações gerais acerca das variáveis de análise, tais como, “a informação x encontra-se disponível em...” ou “não existe dados que possam responder a...” e, assim, tornado o processo de recolha mais célere e a compreensão dos dados mais transparente logo na fase inicial. Esta situação não invalidaria o envio da mensagem electrónica solicitando a informação de base (segundo momento realizado para a recolha dos dados), uma vez que havia necessidade de uma resposta formal escrita, tal como foi possível de ser apurado.
- :: A aplicação da metodologia definida e, assim, a calibração do *Framework*, poderia ter sido levada a efeito em mais do que um município. Deste modo, teria sido possível obter-se uma verificação mais consistente do quadro de desenvolvimento do turismo industrial em mais do que uma realidade, quer em termos de características do tecido industrial, quer no que diz respeito ao estado do desenvolvimento turístico local. A causa para esta limitação da metodologia da



investigação conduzida teve origem no calendário comum para realização e entrega dos trabalhos científicos.

#### IV.5 CONCLUSÃO

O capítulo actual apresenta o roteiro das opções e decisões metodológicas adoptadas para a realização do presente trabalho de projecto. Considera-se que, dentro do quadro teórico e prático existente em torno da área temática do turismo industrial, e tendo em conta o objectivo último de delinear um *Framework* para a concepção de um produto turístico dessa tipologia ao nível municipal, a estrutura da metodologia adoptada é a mais indicada. De outro modo não poderia ter sido possível a compreensão das diferentes realidades inerentes à temática, a interpretação das ligações entre as distintas áreas do saber e, por conseguinte, a definição de linhas orientadoras de actuação e de um procedimento holístico conducentes ao desenvolvimento integrado do turismo industrial.

O estudo exploratório e a revisão da literatura assumiram um papel preponderante em todo o processo científico desencadeado, não só em termos da formulação estratégica dos objectivos, da questão-problema e das hipóteses de investigação, como também no que se refere à procura de resposta a esses itens. No entanto, houve necessidade de se utilizar uma metodologia de carácter mais cognitivo de percepção, interpretação, adequação e, por fim, sistematização do conjunto da informação existente que, posteriormente, culmina na apresentação do *Framework*.

Conclui-se que, de acordo com a avaliação crítica desenvolvida na secção anterior (ver secção IV.4), a metodologia da investigação conduzida apresenta um conjunto de aspectos positivos que, no geral, se referem às ligações estabelecidas entre as várias fases metodológicas, à ligação criada entre as componentes teórica e empírica do presente trabalho científico e à articulação e organização da informação. Considera-se, ainda, que o aspecto mais limitativo da metodologia poderá ser o facto desta, e, portanto, do *Framework*, não ter sido calibrado em mais do que um município.

## **CAPÍTULO V APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E VERIFICAÇÃO DOS RESULTADOS**

### **V.1 INTRODUÇÃO**

Depois de realizado o enquadramento conceptual em torno do turismo industrial, organizadas as bases teóricas em que assenta o presente trabalho de projecto, e definida a metodologia da investigação conduzida, estão reunidas as condições para a formulação do quadro de desenvolvimento de um produto de turismo industrial ao nível municipal.

Assim, o presente capítulo encontra-se organizado em quatro secções, sendo que a primeira (secção V.2) prende-se com a apresentação e justificação do *Framework* para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal. A secção V.3 incide sobre a análise crítica do quadro de desenvolvimento delineado, a qual tem como parâmetros a analogia com o planeamento clássico, a inovação ao nível do planeamento e a sua contribuição para a sustentabilidade cultural e económica do turismo industrial. Na secção V.4 é efectuada a caracterização do município de Águeda em traços gerais e, particularmente, no que concerne aos sectores da indústria e do turismo no concelho. A secção V.5 centra-se na verificação do *Framework* no caso da área geográfica seleccionada.

### **V.2 *FRAMEWORK* PARA A CONCEPÇÃO DE UM PRODUTO DE TURISMO INDUSTRIAL AO NÍVEL MUNICIPAL**

Decorrente da metodologia da investigação adoptada no presente trabalho científico, definida e discutida no capítulo IV, esta secção tem como objectivo principal a apresentação, descrição e fundamentação do *Framework* para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal, sendo que o seu resumo encontra-se exposto no quadro 5.1.

**Quadro 5.1 | Resumo do *Framework* para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal.**

	FASES	ACTIVIDADES	TAREFAS	FONTES DE INFORMAÇÃO
PRÉ-PROJECTO	A. Trabalho preliminar	1. Levantamento dos produtos turísticos existentes (incluindo os de turismo industrial)	i) Consulta de folhetos e de outro material promocional	CM – Posto de Turismo
		2. Análise e avaliação das políticas e estratégias definidas para o sector do turismo e, especificamente, para o turismo industrial	ii) Consulta do PDM e de outros instrumentos de planeamento que possam existir	CM – Divisão de Planeamento
		3. Avaliação da existência de produtos de turismo industrial ao nível regional, nacional e internacional	iii) Consulta geral na Web	Internet
			iv) Levantamento de casos de sucesso	Internet (bases de dados online)
		4. Verificação da possibilidade de integração em eventuais redes nacionais e/ou internacionais de turismo industrial	v) Consulta geral na Web	Internet
		5. Identificação e análise de linhas de financiamento e sistemas de incentivos	vi) Consulta ao <i>website</i> do QREN	Internet
			vii) Levantamento de linhas de financiamento ajustadas à situação	Internet
		6. Identificação de potenciais parceiros	viii) Reunião com a equipa técnica de planeamento e com elementos de outros serviços da Autarquia, caso se justifique	CM
	B. Trabalho de campo	7. Recolha de informação de base	ix) Recolha dos dados inerentes aos indicadores constantes na MATRIZ	CM; agentes locais
			x) Preenchimento da MATRIZ	---
		8. Pré-selecção das empresas participantes	xi) Primeira escolha	Indicador 14 da MATRIZ; Internet (ou contacto telefónico)
			xii) Primeiro contacto	---

	FASES	ACTIVIDADES	TAREFAS	FONTES DE INFORMAÇÃO
PROJECTO			xiii) Avaliação das condições actuais oferecidas	Empresas participantes
			xiv) Avaliação das necessidades físicas, de pessoal e de conteúdos	---
			xv) Avaliação de custos/benefícios	Prestadores de serviços nas áreas das intervenções a realizar
			xvi) Segundo contacto	---
	C. Trabalho de gabinete	9. Selecção das empresas participantes	xvii) Avaliação do número de empresas aptas a integrar o produto	---
		10. Definição do tipo de produto a desenvolver (geral; temático)	xviii) Avaliação do tipo de empresas participantes, de acordo com a área de operação industrial	Cabeçalho da LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS
		11. Planeamento do Centro de Visitantes	xix) Selecção da unidade fabril onde irá funcionar	Indicador 7 da MATRIZ
			xx) Elaboração de projecto de reconstrução	---
			xxi) Definição das suas funções e dos serviços a disponibilizar	---
		12. Organização do produto	xxii) Conjugação da informação tratada	Actividades 7, 9, 10 e 11 do <i>Framework</i>
	D. Teste e operações	13. Apresentação pública	xxiii) Exposição do projecto a participantes e parceiros	---
		14. Execução	xxiv) Cumprimento do projecto e seus complementares	Actividade 12 do <i>Framework</i>
		15. Avaliação	xxv) Selecção de um grupo-teste	---

	FASES	ACTIVIDADES	TAREFAS	FONTES DE INFORMAÇÃO
			xxvi) Experimentação pelo grupo-teste	---
			xxvii) Redacção e apresentação de relatório ao promotor do projecto	Considerações do grupo-teste
		16. Correção	xxviii) Ajustes e/ou aditamentos	Actividade 15 do <i>Framework</i>
		17. Implementação	xxix) Abertura ao público	---

Em termos de organização, o *Framework* está dividido em duas grandes etapas: pré-projecto e projecto. Cada uma destas etapas é constituída por fases; as fases contemplam actividades, e estas desdobram-se em tarefas, para as quais são indicadas as fontes de informação a utilizar na sua execução. Todos os pontos apresentados respeitam uma ordem, compondo, desse modo, um procedimento geral. Sempre que conveniente é sugerida a utilização de RECURSOS, os quais têm como função servir de apoio às tarefas e às actividades.

O **pré-projecto** visa, essencialmente, a recolha e a preparação da informação necessária para a estruturação do projecto. Reunidas as condições prossegue-se, então, para a etapa seguinte.

A primeira fase do pré-projecto diz respeito ao que foi designado *trabalho preliminar* (fase A), o qual se centra, maioritariamente, em informação secundária, e onde se pretende realizar uma série de levantamentos qualificados de externos e de apoio. Assim, esta fase contempla as seguintes actividades:

1. *Levantamento dos produtos turísticos existentes (incluindo os de turismo industrial)*

O conhecimento generalizado da oferta turística do município permite compreender o ambiente turístico existente (no sentido de se assegurar uma harmonia entre produtos), facilita a percepção de determinadas tendências (que tipo de produtos existe mais, quem são os operadores frequentemente envolvidos, onde se localizam eventuais aglomerados de oferta, etc.) e o possível aproveitamento de economias de escala. Importante é também averiguar a existência de actividades e/ou produtos sob o âmbito do turismo industrial, classificados ou não como tal. Para o levantamento desta informação deve-se recorrer a consulta(s) na Câmara Municipal, sendo a entidade que, por um lado, é promotora de grande número de actividades turísticas, e, por outro lado, detém toda a informação, geral e/ou detalhada, das iniciativas que são levadas a cabo no município. A actividade 1 compreende, para tanto, a tarefa i), consulta de folhetos e de outro material promocional, junto do Posto de Turismo da Autarquia. Esta é uma actividade, principalmente, de enquadramento que permite obter uma perspectiva global da oferta turística do município. Posteriormente, e após a conclusão da actividade 7 (apresentada em momento oportuno), é necessário que se proceda à complementaridade e verificação dos dados recolhidos e analisados nesta etapa inicial, nomeadamente, através da realização de consultas a entidades privadas e colectivas que disponibilizam outros produtos turísticos.

2. *Análise e avaliação das políticas e estratégias definidas para o sector do turismo e, especificamente, para o turismo industrial*

O objectivo é avaliar o que a Câmara Municipal pretende/ambiciona para o turismo no local. O produto a desenvolver deve estar alinhado com as medidas estratégicas definidas pelo organismo. Para tal, e à semelhança da medida anterior, deve-se proceder a consulta(s) na Autarquia no sentido de se analisar o conjunto de instrumentos de planeamento por ela concebidos e utilizados na gestão e decisão municipal (tarefa ii), consulta do PDM e de outros instrumentos de planeamento que possam existir). O Plano Director Municipal, composto pelos respectivos Estudos Sectoriais, é de suma relevância para a situação. Adicionalmente, devem ser consultados os demais Documentos Estratégicos que possam versar sobre a temática do turismo. Quanto mais actualizados forem os documentos consultados e estudados, maior facilidade haverá na interpretação do local, suas potencialidades e ensejos do órgão concelhio para o sector do turismo e, particularmente, para o turismo industrial. Para o efeito deve-se ter em conta, igualmente, a necessidade de realização de reuniões com o executivo, pois, na realidade, o contacto pessoal poderá espelhar melhor as intenções políticas e estratégicas da Câmara Municipal. Esta situação faz mais sentido por duas razões, fundamentalmente: (i) os instrumentos de planeamento podem não estar actualizados, ou encontrarem-se em processo de revisão; (ii) verificar-se a ocorrência de mudanças súbitas no ambiente económico, político, ou outro, e que venham a imprimir (algum) impacte, quer no território, quer no sector do turismo.

3. *Avaliação da existência de produtos de turismo industrial ao nível regional, nacional e internacional*

A questão do posicionamento é fundamental na organização de um produto de turismo industrial, como de resto acontecerá com qualquer outro tipo de produto. Na verdade, conhecer potenciais concorrentes permite a introdução de factores de inovação, bem como a solidificação de vantagens competitivas. O levantamento desta informação, pela tarefa iii), consulta geral na Web, implica a utilização de, pelo menos, um tipo de fonte: a Internet, sendo um recurso global que permite a proximidade com todas, ou grande parte, das iniciativas de relevo e merecedoras de registo e estudo, realizadas ao nível internacional, nacional e regional. Ainda que esta etapa seja relativamente superficial em termos de recolha de dados, salienta-se que quanto maior for o rigor e a dedicação aplicados, melhor percepção e julgamento se revelarão em torno do desenho do produto de turismo

industrial. Daqui deriva a necessidade de se avaliar vantagens comparativas e competitivas. Uma outra questão a ter em conta neste ponto é o levantamento de casos de sucesso (tarefa iv)) na área e, assim, a possibilidade de se realizar o *benchmarking*. A sustentabilidade do produto de turismo industrial passa, em grande medida, pela actualização e adaptação constantes a novas tendências, desafios, mudanças e, também, pela proactividade da equipa de trabalho do projecto, capazes de, por um lado, identificar e aproveitar o êxito de algo já existente, e, por outro lado, prever situações que levarão à atracção de clientes e à afirmação crescente no mercado.

#### 4. *Verificação da possibilidade de integração em eventuais redes nacionais e/ou internacionais de turismo industrial*

No seguimento da actividade anterior, espontaneamente, surge o conhecimento da existência de redes de locais/produtos de turismo industrial, e, inclusivamente, de organismos que têm como missão a conservação, valorização, divulgação e o reconhecimento de património industrial. A título de exemplo, tem-se, a nível internacional, a Comissão Internacional para a Conservação do Património Industrial (TICCIH); a nível europeu, a Rota Europeia de Património Industrial (ERIH); e a nível nacional, a Associação Portuguesa para o Património Industrial (APPI). As principais vantagens da inclusão em eventuais redes de turismo industrial passa pela divulgação alargada do produto, a identificação com uma determinada marca, a partilha de informação e experiências e a criação de uma lista de contactos relevantes na área. Para além disso, a integração em redes nacionais ou transnacionais confere uma maior estabilidade económica, pela atracção de investimentos externos, e um reconhecimento mais alargado, tendo, assim, a capacidade de captar a atenção de visitantes especialistas (nacionais ou estrangeiros), com forte interesse no nicho de mercado, e cujas opiniões têm influência generalizada. A presente actividade é constituída pela tarefa v), consulta geral na Web.

#### 5. *Identificação e análise de linhas de financiamento e sistemas de incentivos*

O objectivo é averiguar quais as potenciais fontes do capital necessário para alavancar os investimentos a realizar no âmbito do projecto. Essas fontes podem ser próprias (do promotor) e/ou alheias (banca, sociedades, entidades públicas). Uma consulta ao website do QREN (tarefa vi)) faz todo o sentido nesta fase do projecto, no sentido de se identificar, desde já, os programas disponíveis e os respectivos *timings*, caso se encontrem publicados. O QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional – “constitui o enquadramento para a



aplicação da política comunitária de coesão económica e social em Portugal no período 2007-2013” (QREN, s.d.). Tendo em conta que o financiamento pelo QREN não será total, e partindo do princípio que a Câmara Municipal não dispõe do capital restante necessário, ter-se-á que desenhar o panorama das possibilidades que se apresentam e que poderão ser mais viáveis e interessantes (tarefa vii), levantamento de linhas de financiamento ajustadas à situação). O estudo desse quadro permite a identificação e análise de oportunidades e constrangimentos, bem como das melhores condições e planos de financiamento disponíveis.

#### 6. *Identificação de potenciais parceiros*

De um modo generalizado, as parcerias revelam-se úteis no sentido de que podem ser uma fonte acrescida de capital, asseguram uma maior estabilidade económica e estrutural e oferecem condições para a criação de redes colaborativas de trabalho. Os parceiros podem ser entidades públicas ou privadas, que contribuem com *know-how* especializado, técnicas e ferramentas, serviços (consultivos), por exemplo; podem também pertencer ao mesmo sector de actividade – turismo, hotelaria, restauração, etc., ou não – publicidade, informática, design, etc. Uma hipótese a ressaltar é o estabelecimento de uma parceria público-privada, a qual preconiza o “envolvimento de entidades privadas em projectos de investimento de interesse público”, estando a sua definição e normas gerais de aplicação consagradas no Decreto-Lei n.º 86/2003, de 26 de Abril, revisto pelo Decreto-Lei n.º 141/2006, de 27 de Julho (DGTF, s.d.). De modo semelhante ao que acontece com a possibilidade de integração em eventuais redes nacionais e/ou internacionais de turismo industrial (ver actividade 4), também os parceiros proporcionam um reconhecimento mais abrangente e atraente ao produto turístico, pela influência positiva das suas acções junto da população em geral. Esta actividade compreende a tarefa viii), reunião com a equipa técnica de planeamento e com elementos de outros serviços da Autarquia, caso se justifique.

Posteriormente, pode-se avançar para a segunda fase do pré-projecto, o *trabalho de campo* (fase B), no qual se irá actuar, maioritariamente, com informação primária. Trata-se de uma fase fundamental na medida em que todo o projecto se baseará nos dados e nas decisões tomadas neste âmbito. Duas actividades compõem esta fase:

#### 7. *Recolha de informação de base*

Este ponto divide-se em duas tarefas, as quais têm como base de orientação a MATRIZ (apêndice C). Este recurso apresenta-se como uma sugestão de registo da informação reunida no sentido de a situar com maior facilidade. Não se trata, portanto, de um repositório dos dados, mas de um mapa da sua localização. A primeira tarefa passa, então, pela recolha dos dados inerentes aos indicadores constantes na MATRIZ (tarefa ix)), junto dos serviços da Câmara Municipal e dos diversos agentes locais, de acordo com a natureza de cada parâmetro:

- (1) Número de visitantes
  - (1.1) Nacionais
  - (1.2) Estrangeiros
- (2) Número de dormidas nos meios de alojamento
- (3) Serviços turísticos disponibilizados (tendo em conta os sete eixos da Conta Satélite do Turismo)
  - (3.1) Alojamento
  - (3.2) Restauração e bebidas
  - (3.3) Transporte de passageiros
  - (3.4) Agências de viagem, operadores turísticos e guias turísticos
  - (3.5) Serviços culturais
  - (3.6) Recreação e lazer
  - (3.7) Outros serviços de turismo (por exemplo, Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico)
- (4) Associações e colectividades ligadas à indústria
- (5) Museus (industriais)
- (6) Festividades (industriais) mantidas/recuperadas
- (7) Unidades fabris encerradas
- (8) Unidades fabris recuperadas para fins turísticos
- (12) Iniciativas (industriais) pedagógicas destinadas à população jovem local
- (13) Iniciativas (industriais) culturais, de lazer e recreio voltadas para a população local
- (14) Listagem de empresas do município

Estes dados permitem conhecer, por um lado, o turismo que o município tem em termos globais (indicadores 1 a 3), e, por outro lado, as potencialidades para o turismo industrial, as quais direccionarão o projecto de concepção do produto (indicadores 4 a 8 e 12 a 14).

Reunida a informação, efectua-se o registo dos suportes/documentos onde a mesma se encontra, completando, assim, a segunda tarefa, preenchimento da MATRIZ (tarefa x)).

#### 8. *Pré-selecção das empresas participantes*

Tendo em conta que o número de empresas potencialmente habilitadas para fazer parte do projecto possa ser considerável, torna-se necessário proceder a uma pré-selecção das mesmas. Quanto mais informação tiver a listagem de empresas do município, recolhida na tarefa ix), mais célere será a conclusão da primeira tarefa desta actividade, primeira escolha (tarefa xi)). No apêndice D encontra-se uma LISTA DE PRÉ-REQUISITOS que funcionam como parâmetros de avaliação nesta primeira fase de selecção, sendo eles:

- (1) Raio operacional
  - (1.1) Regional
  - (1.2) Nacional
  - (1.3) Internacional
- (2) Exportação
- (3) Sistemas de Gestão da Qualidade
- (4) Práticas de responsabilidade social e ambiental
- (5) Tipo de tecnologia
  - (5.1) Tradicional
  - (5.2) De ponta

Para tanto, e adicionalmente à informação da listagem de empresas, deve-se recorrer a uma breve pesquisa na Web, no *website* da empresa, ou por telefone, para a verificação dos pré-requisitos. Este passo não é de todo definitivo na medida em que se trata apenas de um apuramento preliminar, donde se pretende, posteriormente, partir para um primeiro contacto (tarefa xii)). O objectivo da tarefa xii) é dar a conhecer ao proprietário/gestor a ideia de projecto, a eventualidade de vir a fazer parte do mesmo. Como apoio a esta medida deve ser criada uma APRESENTAÇÃO PRELIMINAR DO PROJECTO, em formato de apresentação do PowerPoint ou em suporte de papel, onde constem objectivos, vantagens e oportunidades de adesão, casos de sucesso, metas a atingir, entre outros itens que se considerem pertinentes. Havendo circunstâncias positivas avança-se para a tarefa xiii), avaliação das condições actuais oferecidas pela empresa. É fundamental ter-se em conta aspectos como a acessibilidade por pessoas com mobilidade reduzida e a disponibilidade de espaço para montagem de equipamentos de apoio à actividade turística (pequena recepção, local de projecção de audiovisuais, expositores, vitrinas, corredores,

entre outros). No seguimento deste ponto realiza-se a tarefa xiv), avaliação das necessidades físicas, de pessoal e de conteúdos, que, como a própria designação indica, versa sobre o levantamento das acções a empreender ao nível dos três contextos. Consequentemente, uma avaliação de custos/benefícios (tarefa xv)) deve resultar dos passos anteriores, recorrendo a consultas aos prestadores de serviços nas áreas das intervenções a realizar. A redacção de um RELATÓRIO INTERCALAR I torna-se, assim, um passo natural e imprescindível. Este documento deve ser apresentado quer ao empresário num segundo contacto (tarefa xvi)), quer ao/à Senhor/a Presidente da Câmara Municipal, como promotor do projecto.

Concluída a etapa do pré-projecto estão reunidas as condições para se evoluir para a fase do **projecto**, no qual a informação recolhida será tratada, analisada e organizada de forma a dar origem ao produto de turismo industrial, contemplando, ainda, acções de acompanhamento na materialização do próprio produto.

Assim, a primeira fase do projecto consiste no *trabalho de gabinete* (fase C), do qual resultará o produto final, ainda que sujeito a avaliação e correcção. As actividades que constituem esta fase são as seguintes:

#### 9. *Seleccção das empresas participantes*

A selecção das empresas participantes deve ter como base uma reflexão cuidada e sensata, pois, na verdade, pode ocorrer uma de duas situações – (a) a verificação de que um número muito reduzido de empresas poderá integrar o projecto, por exemplo, duas ou três, e, neste caso, não haverá qualquer problema de selecção – essas estarão incluídas; (b) pelo contrário, poder-se-á concluir que o número de possibilidades é, relativamente, grande, por exemplo, dez empresas, e, sendo assim, não poderão ser todas integradas, correndo o risco do produto ficar demasiado condensado, ou mesmo desconexo e impraticável. Deve-se ter em conta, por exemplo, a distância entre os locais a visitar, a fluidez e coerência do produto em termos de trajectos a percorrer, de horários de funcionamento e de condições oferecidas. De um modo geral, o que se pretende é criar um produto harmonioso, atraente, agradável e que permita ao visitante o usufruto do tempo e das atracções industriais. Na verdade, para integrar um produto de turismo industrial, não haverá um número óptimo de empresas a incluir, uma receita ou um parâmetro linear aplicável a todo e qualquer município com relativa história e actividade industrial. Cabe ao promotor e à equipa do

projecto a ponderação necessária dos aspectos salientados. Ainda assim, e dentro do contexto da segunda situação, será possível a concepção de mais do que um produto de turismo industrial, divididos por área industrial, por zona geográfica, por tipo de tecnologia (tradicional e de ponta), por tipo de experiência oferecida (o visitante é participante e o visitante é observador), entre outros rótulos possíveis. No apêndice E encontra-se uma LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS por cada empresa potencialmente participante. O objectivo deste recurso é auxiliar a sistematização das características apontadas, sendo que podem existir e ser acrescentadas outras, e, assim também, a verificação de eventuais tendências e grupos de empresas com especificidades semelhantes. Em última instância, este recurso pode facilitar a tomada de decisão na divisão das empresas para o desenvolvimento de mais do que um produto de turismo industrial, uma vez que proporciona uma visão mais eclética e holística das condições oferecidas pelas mesmas. Os itens constantes na referida lista são os que a seguir se apresentam:

- (1) Recepção/bilheteira
- (2) Facilidades interpretativas
- (3) Facilidades educativas
- (4) Sala de exposição
- (5) Actividade(s) de participação activa
- (6) Galeria de observação
- (7) Visita guiada
- (8) Visita virtual
- (9) Guia turístico próprio
- (10) Auto-guia
- (11) Suportes informativos de bolso
- (12) Braille
- (13) Audio-descrição
- (14) Língua Gestual (Portuguesa)
- (15) Informação em língua estrangeira
  - (15.1) Espanhol
  - (15.2) Inglês
  - (15.3) Francês
- (16) Audiovisuais
- (17) Expositores

- (18) Museu
- (19) Loja de recordações
- (20) Rampa(s)/elevador(es)/corrimões
- (21) WC
  - (21.1) Feminino
  - (21.2) Masculino
  - (21.3) Adaptado a necessidades especiais
- (22) Bar/refeitório
- (23) Internet *wireless*
- (24) Parque de estacionamento
- (25) Parque infantil

A lista contém, adicionalmente, um cabeçalho de dois itens não numerados – área industrial e tipo de tecnologia (tradicional e de ponta). Servem para melhor identificar e categorizar a atracção industrial; e não têm numeração por não se tratarem de condições e serviços disponibilizados. A tarefa xvii), avaliação do número de empresas aptas a integrar o produto, integra, então, a presente actividade.

#### 10. *Definição do tipo de produto a desenvolver (geral; temático)*

Seleccionadas as empresas, e tendo como critério de base a área industrial em que aquelas operam, define-se o tipo de produto a desenvolver. Assim, tem-se que um produto de turismo industrial é geral se compreender empresas de actividades económicas diferentes, por exemplo, uma unidade fabril ligada à cerâmica, outra de natureza, essencialmente, metalúrgica e outra que opera no sector do vestuário. Por outro lado, tem-se que um produto de turismo industrial temático é aquele que, na sua composição, apenas integra empresas de actividades económicas semelhantes, como por exemplo, unidades fabris ligadas ao ramo automóvel. Poderá existir o ensejo para se desenvolver mais do que um produto turístico industrial temático na mesma região, sendo que essa situação vai ao encontro da reflexão efectuada no ponto anterior, sobre a possibilidade de concepção de mais do que um produto (ver actividade 9). A presente actividade contempla a tarefa xviii), avaliação do tipo de empresas participantes, de acordo com a área de operação industrial.

#### 11. *Planeamento do Centro de Visitantes*

Esta actividade prevê o desenho de um local que funcione, de um modo geral e paralelamente, como centro distribuir e aglutinador do turismo industrial do município. Isto quer dizer que, num mesmo espaço, ter-se-á toda a informação relativa ao(s) produto(s) e

atrações turísticas industriais. Concebido numa unidade fabril encerrada/obsoleta, servirá como recepção ao visitante, combatendo, desse modo, o abandono e a degradação de, pelo menos, um edifício. A sua reconstrução deve respeitar a arquitectura original mas, também, incluir a possibilidade de aproveitamento de energias renováveis, a excelência na eficiência energética e a criação de zonas ajardinadas. Para além do gabinete de acolhimento ao visitante, e com o objectivo de aproveitar o espaço interior de modo sustentável, faz todo o sentido implantar-se (a) uma loja de recordações de todas as empresas integrantes do produto; (b) uma oficina de artesanato, pois, dependendo do tipo de recordação a disponibilizar por cada empresa, será válido realizar-se uma parceria com artesãos locais no sentido de as criarem e operarem precisamente neste local; (c) uma área-museu; (d) uma sala para conferências e seminários; (e) um salão para exposições; (f) um centro interpretativo e de actividades de educação ambiental e cultural; (g) uma sala de reuniões; (h) um bar/refeitório; (i) um serviço de aluguer de bicicletas; entre outras facilidades. No caso do Centro de Visitantes congregar os equipamentos e serviços identificados nas alíneas (a), (c), (d), (e) e (g) aponta-se que os mesmos não sejam disponibilizados, individualmente, por cada empresa, tal como se anotou no contexto da actividade 9, a propósito da LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS (apêndice E). Na verdade, alguns dos itens aí listados devem ser motivo de atenção no âmbito do planeamento deste espaço, nomeadamente, os números (7), (9) a (16), (20) a (25). Pelo exposto, a presente actividade integra três tarefas: xix) selecção da unidade fabril onde irá funcionar, xx) elaboração de projecto de reconstrução e xxi) definição das suas funções e dos serviços a disponibilizar.

**NOTA: Acessibilidade e tecnologias**

Para invisuais: Braille e/ou audio-descrição. Neste último caso são disponibilizados auscultadores com sensores de posicionamento, que ao aproximarem-se de uma peça/obra ouvem a descrição da mesma. Numa visita que respeite uma determinada orientação, o *software* indica os movimentos a realizar.

Para surdos: audiovisual fixo e PDA. Na ausência de um intérprete de Língua Gestual (Portuguesa) – LG(P) (cada país tem a sua própria Língua Gestual, ainda que alguns gestos sejam universais), reserva-se um espaço para a projecção de um audiovisual, informando e interpretando o local, baseado em imagens e texto e com recurso a um intérprete de LG(P). No caso do Centro de Visitantes já ter um audiovisual é apenas necessário juntar o vídeo do intérprete. Adicionalmente, a pessoa com necessidades especiais de audição ao aproximar o PDA da peça/obra obtém toda a informação a ela relativa, em texto ou LG(P), conforme a sua opção.

Para pessoas com mobilidade reduzida: balcões, painéis, maquetas, expositores, audiovisuais, peças/obras são implantados a uma altura mais adaptada ao seu acesso natural.

Na ausência de guia turístico, adopta-se o PDA como auto-guia.

**12. Organização do produto**

Naturalmente surge a necessidade de organização do produto turístico. Esta actividade visa, fundamentalmente, a conjugação de três frentes principais de informação: (a) os diversos serviços turísticos disponibilizados no município (indicador 3 – MATRIZ – tarefa ix) – actividade 7); (b) as dinâmicas analisadas ao nível dos indicadores 4 a 8, 12 a 14 (MATRIZ – tarefa ix) – actividade 7); (c) os produtos âncora ou centrais – as empresas seleccionadas na actividade 9 e agrupadas na actividade 10 e o Centro de Visitantes. Importa neste ponto chamar a atenção para a seguinte consideração: o produto deve respeitar o equilíbrio entre a oferta e a procura turísticas, ou seja, pelo lado da oferta é necessário que (a) garanta a sua identificação com as especificidades e os valores locais, transmitindo de forma clara e objectiva a imagem do município; (b) considere as políticas de desenvolvimento local; (c) vise, de forma objectiva, a melhoria da qualidade de vida da população residente; (d) prima pela valorização e promoção dos produtos locais; (e) enalteça o envolvimento da comunidade como sendo um acrescento de valor; e (f) garanta a sua própria sustentabilidade económica. Pelo lado da procura é fundamental que o produto (a) proporcione momentos únicos e agradáveis; (b) seja atractivo de modo que o visitante fique com vontade de regressar; e (c) leve o visitante a divulgar positivamente a experiência vivenciada, criando novos potenciais interessados. Para que o equilíbrio se verifique há que empreender acções de acompanhamento e melhoria contínuas, adaptando o *Framework* a



alterações que possam surgir no ambiente sociocultural, económico e territorial. Para além disso, e não menos importante, todo o processo de planeamento do projecto até esta parte deve ter como premissa-chave a consulta e o envolvimento de todos os actores do município, desde a população local, associações e agentes económicos directamente ligados ao sector do turismo. O sentimento de pertença e a valorização do que é de todos aumentam.

No seguimento das considerações anteriores, importa realçar que as empresas que participam no projecto vêem-se, assim, sujeitas a uma divulgação mais alargada, donde poderão surgir receitas interessantes. Para além disso, o facto de integrarem a iniciativa é uma forma de serem valorizadas e premiadas pelo que fazem e como o fazem, pelos esforços na melhoria da qualidade das suas actividades e pelas preocupações que intentam ao nível social e ambiental.

Todas as medidas explanadas visam lançar o município em mercados muito atractivos, não só no que respeita ao segmento de turismo industrial, mas também em esferas ligadas ao turismo de negócios, urbano, educacional, cultural, de lazer e recreio. Adicionalmente, devem-se criar acções de promoção junto da comunidade local e residente, escolas e universidades, tão atractivas quanto as desenvolvidas para visitantes nacionais e estrangeiros. Cada vez mais se deve conceber as figuras do turista e do visitante como o “vizinho da porta ao lado”, pois, na verdade, todos são potenciais clientes.

Paralelamente ao projecto de desenvolvimento do produto de turismo industrial, é necessário organizar-se os respectivos **planos de investimento e financiamento**. Assim como será imprescindível a preparação de candidatura a Programas Operacionais no âmbito do QREN.

Uma vez reconhecidos os montantes necessários e identificados os meios financeiros para os adquirir, estão reunidas as condições para se avançar para a segunda fase do projecto, designada de *teste e operações* (fase D). Esta fase visa, tal como o nome indica, a divulgação e aplicação no terreno de todo o trabalho de gabinete, e é composta pelas seguintes actividades:

### *13. Apresentação pública*

O objectivo é dar a conhecer o produto final a todos os interessados e intervenientes no seu processo de desenvolvimento. Assim, esta actividade contempla a tarefa xxiii), exposição do projecto a participantes e parceiros.

#### 14. Execução

Assim que obtidos os resultados provenientes das candidaturas a incentivos e/ou do concurso à restante estrutura de financiamento desenhada, entra, então, em marcha o cumprimento do projecto e seus complementares (tarefa xxiv)), tal como esquematizado a seguir:

<b>Para cada empresa participante</b>	Projecto de obra e de segurança (mediante RELATÓRIO INTERCALAR I)
	Projecto de conteúdos informativos e interpretativos (mediante RELATÓRIO INTERCALAR I)
	Plano de gestão de filas e circulação
<b>Para o Centro de Visitantes</b>	Projecto de obra e de segurança
	Projecto de gestão do recurso turístico: <ul style="list-style-type: none"> <li>:: Gestão dos visitantes <ul style="list-style-type: none"> <li>- fornecimento de informação e interpretação</li> <li>- meios de comunicação</li> <li>- gestão de filas e circulação</li> <li>- códigos de conduta</li> <li>- monitorização dos visitantes</li> <li>- promoção</li> </ul> </li> <li>:: Gestão dos recursos humanos</li> <li>:: Gestão financeira</li> </ul>
<b>Exteriores</b>	Projecto de sinalização

#### 15. Avaliação

Considerando-se a operacionalidade como certa, é necessário prosseguir para a avaliação do projecto. Para tanto, é fundamental recorrer-se à selecção de um grupo-teste (tarefa xxv)) de modo a garantir a imparcialidade, a idoneidade e a objectividade da actividade. Da experimentação pelo grupo-teste (tarefa xxvi)), deve resultar um RELATÓRIO INTERCALAR II, o qual será apresentado ao promotor do projecto, Senhor/a Presidente da Câmara Municipal (tarefa xxvii), redacção e apresentação de relatório ao promotor do projecto).

#### 16. Correção

Dependendo do decorrente do ponto anterior, segue-se a actividade de correcção, onde se procederá a ajustes e/ou aditamentos (tarefa xxviii)).

#### 17. Implementação

A actividade de implementação surge apenas como um marco no processo de concepção do produto de turismo industrial, sendo composta pela tarefa xxix), abertura ao público, onde se podem cumprir algumas formalidades e a divulgação nos meios de comunicação social. Pressupõe-se, não obstante, que o planeamento deva ser continuado, no sentido de assegurar o dinamismo e a rapidez de resposta do próprio produto a mudanças quer no ambiente interno quer no ambiente externo que lhe estão relacionados. Neste sentido, devem ser empreendidas diversas acções de acompanhamento e monitorização do projecto.

No quadro 5.2 pretende-se apresentar, de forma mais objectiva e clara, aquelas que se consideram ser as principais tipologias de reunião da equipa técnica do projecto com os múltiplos *stakeholders* do desenvolvimento do turismo industrial ao nível municipal, em diferentes momentos do processo.

**Quadro 5.2 | Tipologias de reunião com os múltiplos *stakeholders* nas diversas fases do processo.**

	Partilha	Decisão	Workshop	Inquirição	Comunicação
População local e residente		Fases A e C do Framework	Fases A e B do Framework	Fase B do Framework	Ao longo de todo o processo
Agentes económicos locais					
Agentes associativos locais					
Agentes regionais					
CM	Antes e ao longo de todo o processo				

Assim, a reunião de **partilha** tem como objectivos a cedência de informação e a definição de objectivos e estratégias; está, naturalmente, relacionada com a Câmara Municipal, como promotor do projecto, e a sua ocorrência deve verificar-se antes (uma primeira reunião para delineamento de objectivos) e ao longo de todo o processo. A reunião de **decisão** visa a recolha e a análise das considerações de todos os *stakeholders* sobre as questões da concepção do produto turístico industrial, bem como a inclusão das mesmas no processo. Estes momentos devem acontecer, essencialmente, nas fases A (durante análises e avaliações iniciais) e C (no período de

preparação do produto) do quadro de desenvolvimento. O **workshop** tem como principais objectivos o esclarecimento e a formação da população local e residente e dos agentes económicos locais para temáticas como: (a) conceptualização em torno do turismo industrial, (b) vantagens e desvantagens do seu desenvolvimento, (c) valor da cultura e património industrial, (d) autenticidade cultural, (e) impactes culturais, sociais, ambientais e económicos da actividade turística, (f) características dos visitantes, (g) acolhimento aos visitantes, (h) criação do próprio negócio, (i) qualidade em serviços, entre outras. Os *workshops* devem ocorrer nas fases A (durante análises e avaliações iniciais) e B (no período de recolha de informação e de pré-selecção das atracções turísticas industriais) do *Framework*. Os momentos de **inquirição**, por questionário e/ou entrevista, aos *stakeholders*, excepto Câmara Municipal (promotor do projecto), devem acontecer na fase B do quadro de desenvolvimento, sendo o período dedicado à recolha de informação primária. A inquirição visa a observação e a análise das dinâmicas existentes no município, bem como o conhecimento generalizado da situação do/para o turismo. A reunião de **comunicação** tem como objectivo a apresentação e divulgação públicas de resultados e do produto; envolve todos os *stakeholders* e a sua ocorrência deve verificar-se ao longo de todo o processo, sempre que se considerar oportuno.

Paralelamente a todo o processo descrito no âmbito do quadro de desenvolvimento, é essencial que se tomem em conta, de igual modo, as seguintes questões: (a) a definição da **equipa de trabalho**, garantindo competência, pluralidade e exequibilidade; (b) o **marketing estratégico** do projecto, que deve visar, entre outras acções inerentes, o estudo de posicionamento, a definição e gestão de vantagens competitivas, a concepção e gestão de materiais promocionais e de meios de divulgação; (c) a componente de **gestão do projecto** com recurso a *software* próprio (a numeração das fases, das actividades e das tarefas foi desenhada a perspectivar a sua introdução no Microsoft Office Project, por exemplo), no sentido de se proceder a um controlo eficiente e eficaz dos recursos (materiais, financeiros e humanos) e da calendarização subjacente ao mesmo.

A figura 5.1 representa, sinteticamente, o esquema das etapas e fases de desenvolvimento do turismo industrial ao nível municipal, bem como das principais filosofias de actuação adoptadas.

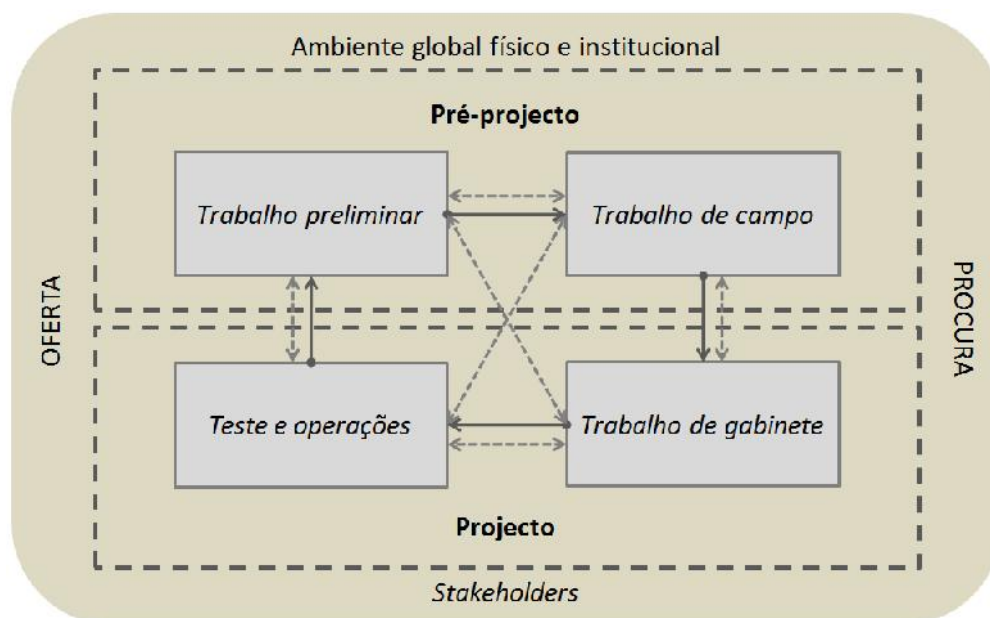


Figura 5.1 | Esquema-síntese do *Framework*.

Assim, tem-se que...

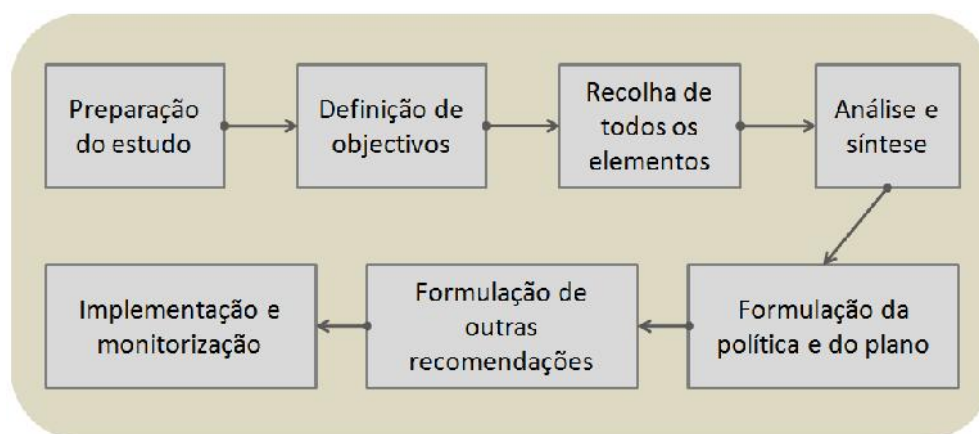
- ...as fases do trabalho preliminar e do trabalho de campo compõem a etapa do pré-projecto; as fases do trabalho de gabinete e de teste e operações constituem a etapa do projecto.
- ...as fases respeitam uma ordem representada pelas setas a cheio. Estes elementos do esquema significam, igualmente, que o processo é cíclico e contínuo.
- ...as setas a tracejado e com duplo sentido pretendem representar o dinamismo do projecto, no sentido em que, em qualquer momento da implementação do *Framework*, poderão ocorrer alterações no ambiente global físico e institucional e/ou nas questões relacionadas com os *stakeholders*, exigindo, desse modo, a adaptação das respectivas actividades e fases; ou poderá surgir a necessidade de recuar para refazer algo. Para além disso, significam que existe uma inter-relação de dependência entre as diferentes fases.
- ...o quadro de desenvolvimento assenta numa dupla abordagem – oferta e procura turísticas – e tem em conta as especificidades do ambiente global físico e institucional, e os possíveis *stakeholders* a integrar no desenvolvimento do turismo industrial.

### V.3 ANÁLISE CRÍTICA DO *FRAMEWORK*

Nesta secção pretende-se efectuar uma análise crítica do *Framework* tendo em conta duas perspectivas: (i) analogia com o planeamento clássico e (ii) inovação ao nível do planeamento. Com o objectivo de demonstrar os pontos de concordância (item (i)) recorreu-se à publicação da WTO (Organização Mundial do Turismo) sobre planeamento nacional e regional em turismo, a qual apresenta as etapas de desenvolvimento de um plano turístico típico e abrangente, servindo, assim, de guia metodológico (WTO, 1994).

De acordo com a WTO (1994), o planeamento em turismo, aos níveis nacional e regional, baseado em abordagens de sustentabilidade, integradas e implementáveis, podem ser descritas como um procedimento passo-a-passo. Para além do quadro de desenvolvimento assentar nos princípios da sustentabilidade, num processo integrado e em medidas que se consideram exequíveis, reflecte, igualmente, uma actuação em etapas, divididas por fases, que, por sua vez, se desdobram em actividades e tarefas.

A figura 5.2 pretende expor o processo de planeamento em turismo sugerido pela WTO, na publicação referida anteriormente. Os passos são claros e respeitam uma ordem lógica.



**Figura 5.2 | Processo de planeamento em turismo.**

**Fonte: adaptado de WTO (1994).**

Assim, resumidamente, a WTO (1994) aponta que a preparação do estudo (passo 1) envolve a definição dos termos de referência do projecto (os quais devem ter em conta as características e as necessidades da região, o nível e estado de desenvolvimento do turismo, a necessidade de

definição de diferentes níveis de planeamento, o horizonte temporal do plano e dos seus objectivos), a selecção da equipa técnica para realizar o estudo, a nomeação de um comité directivo e a organização das actividades inerentes ao processo. A definição de objectivos (passo 2) é de máxima importância, uma vez que são afirmados os resultados desejados com o desenvolvimento turístico do país ou região. Devem equilibrar considerações económicas, ambientais, sociais e culturais, e reflectir e reforçar objectivos de desenvolvimento geral já existentes e adoptados. A recolha de todos os elementos (passo 3) incide na reunião e avaliação de informação quantitativa e qualitativa, relativa a todos os componentes do sistema turístico e de outros factores como, por exemplo, padrões e tendências do turismo regional, características de destinos/produtos turísticos potencialmente concorrentes, políticas de investimento para infra-estruturas e serviços turísticos, e legislação e regulamentos em turismo. O passo 4, análise e síntese, compreende o tratamento quantitativo e qualitativo dos dados recolhidos. A síntese, nomeadamente, refere-se à combinação e integração das várias componentes da análise, de modo a obter-se uma compreensão mais alargada da situação. Um dos resultados mais pertinentes deste passo é a identificação de principais oportunidades e constrangimentos do desenvolvimento turístico. O passo 5, formulação da política e do plano, envolve a enunciação das orientações políticas para o desenvolvimento da actividade turística e a preparação da estrutura física do plano. A abordagem ideal a este passo é a elaboração e a avaliação de cenários alternativos, que estabeleçam um equilíbrio entre custos e benefícios. Deve ser conduzido em constante contacto com o comité directivo e outras partes interessadas, de forma a garantir um consenso sobre padrões de desenvolvimento turístico mais apropriados. O passo 6, formulação de outras recomendações, baseia-se, essencialmente, na recolha, análise e avaliação de elementos institucionais, podendo resultar em conclusões e recomendações para acções futuras a empreender pelo governo ou sector privado. A implementação e monitorização (passo 7) engloba a especificação dos meios e das técnicas de implementação, os quais devem ser considerados ao longo de todo o processo de planeamento, especialmente durante a formulação da política, do plano e de outras recomendações. A importância desse *continuum* está relacionada com a necessidade de garantir que todas as medidas definidas são realísticas e implementáveis. Nesse sentido, a monitorização deve ocorrer durante e depois da implementação.

Constata-se que, globalmente, o quadro de desenvolvimento, descrito e fundamentado na secção anterior (ver secção V.2), considera todas as linhas directivas enunciadas pela WTO para o planeamento em turismo. A terminologia utilizada e o modo como são apontadas e enquadradas

pode diferir do processo esquematizado na figura 5.2, contudo, na sua essência, o *Framework* respeita os momentos e as recomendações apresentados.

Adicionalmente, certifica-se que o quadro de desenvolvimento se encontra alicerçado e assistido pelas considerações apreciadas e desenvolvidas ao longo da secção III.2 do enquadramento teórico, exclusivamente dedicada ao planeamento em turismo industrial, bem como, pelas linhas orientadoras resultantes da análise sintética dos três casos de estudo enunciados sob a mesma temática (ver secção III.3.4), salvaguardando a sua adaptabilidade ao âmbito de acção inerente ao *Framework*.

Do ponto de vista da inovação ao nível do planeamento (item (ii)), o quadro de desenvolvimento formado apresenta um conjunto de pontos que se destacam nesse sentido, nomeadamente:

- :: A organização do *Framework* em formato de quadro (conforme quadro 5.1), permitindo, desse modo, uma leitura esquemática e rápida das diferentes fases, respectivas actividades e etapas, bem como das fontes de informação a recorrer em cada momento. O quadro pode, assim, ser adoptado como um guia de orientação ou uma *checklist* para a concepção de um produto de turismo industrial ao nível municipal.
- :: A diferenciação entre actividades e tarefas, e a respectiva numeração contínua, contribuindo, assim, para a sua introdução num *software* de gestão de projectos, nomeadamente no Microsoft Office Project, no sentido de se realizar um controlo eficiente e eficaz dos recursos (materiais, financeiros e humanos) e da calendarização subjacente ao mesmo.
- :: A criação e a inclusão de três recursos de apoio ao *Framework*, designadamente, a MATRIZ (conforme apêndice C), a LISTA DE PRÉ-REQUISITOS (conforme apêndice D) e a LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS (conforme apêndice E). Estes *outputs* podem, na verdade, ser utilizados na prática e concretização do quadro de desenvolvimento.
- :: A composição de um mapa das diferentes tipologias de reunião com os múltiplos *stakeholders* do desenvolvimento turístico industrial (conforme quadro 5.2), conjugando três classes de informação: *stakeholder* - tipo de reunião - fase do processo. Igualmente de leitura esquemática e rápida, este mapa permite apoiar o



*Framework* na questão particular da participação e divulgação públicas, uma das linhas basilares do processo de planeamento avançado neste trabalho científico.

- :: As orientações reunidas para o planeamento do Centro de Visitantes (conforme actividade 11 do *Framework*), abordando questões tão vastas quanto o reaproveitamento de um edifício abandonado e/ou obsoleto, o respeito pela arquitectura original, a adopção de medidas de cariz ambiental, a organização equilibrada das suas potenciais funcionalidades e a implementação de acções concernentes a um turismo mais inclusivo.
- :: A proposta de avaliação do projecto preconizada na actividade 15 do *Framework*, indicando a selecção de um grupo-teste que efectue uma primeira experimentação do produto turístico. A sua constituição deve incluir (a) especialistas da área do turismo, em geral, e do turismo industrial, em particular, no sentido de avaliar a qualidade da experiência oferecida e da interpretação dos recursos industriais, e (b) elementos que representem os diversos grupos de *stakeholders* envolvidos.

Para além da dupla abordagem realizada – analogia com o planeamento clássico e inovação ao nível do planeamento, a análise crítica passa também por examinar de que modo é que o quadro de desenvolvimento contribui para a sustentabilidade cultural e económica do turismo industrial, temáticas estudadas no capítulo II do enquadramento teórico. Assim, o *Framework*...

- ...prevê o conhecimento da identidade cultural industrial da região, pela inventariação e compreensão de todos os recursos industriais locais, materiais e imateriais.
- ...promove a protecção, a valorização e a revivescência da cultura e património industrial, bem como de artes e de produtos tradicionais endémicos, incentivando, desse modo, a sua manutenção para o conhecimento e o usufruto por parte das gerações vindouras.
- ...ênfatisa a autenticidade cultural do produto turístico industrial, porque uma das suas metas é a aquisição e a patenteação de vantagens competitivas, as quais só são possíveis de conquistar através do respeito pela unicidade cultural do local.
- ...fomenta a criação de postos de trabalho, nomeadamente e a título de exemplo, guias turísticos, recepcionistas (emprego directo); artesãos, comerciantes locais, gestores hoteleiros, animadores turísticos, planeadores, *marketeers* (emprego indirecto); nos sectores da construção civil, da engenharia, da arquitectura, da jardinagem, da

informática, da banca, do comércio e de serviços gerais (emprego induzido); entre muitos outros.

...incentiva o *empowerment* da população local e residente, no sentido de participarem no processo de tomada de decisão, de serem elementos activos no desenvolvimento do produto turístico industrial e de terem autonomia e iniciativa empreendedora desenvolvidas em momentos de esclarecimento e formação.

...prevê o aumento de receitas para as empresas que integram o produto turístico industrial, para o promotor do projecto e para todos os restantes intervenientes, pelo seu efeito multiplicador.

...promove a melhoria de infra-estruturas, especificamente, ao nível das empresas envolvidas, do Centro de Visitantes e de vias rodoviárias e pistas cicláveis.

...contribui para a diversificação da oferta turística da região, propiciando, assim também, o aumento do tempo de permanência do turista e da despesa que este realize localmente.

...contribui para a diminuição da sazonalidade que caracteriza a actividade turística por se tratar de um produto intemporal e praticável em qualquer altura do ano.

...fomenta a inclusão de empresas locais no projecto, bem como o contacto com produtos endémicos, conduzindo, desse modo, ao estímulo da economia da região e, por conseguinte, à melhoria da qualidade de vida da população.

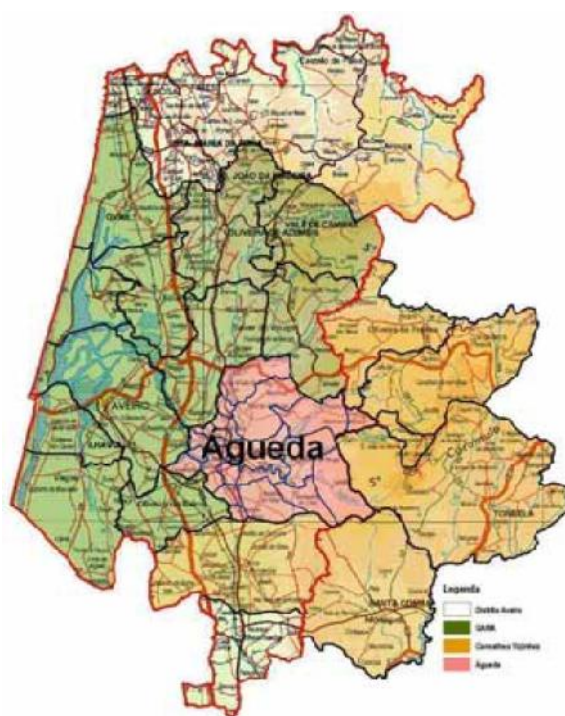
O *Framework* enfatiza, ainda, a sustentabilidade ambiental pelo incentivo à utilização de energias renováveis, à adopção de medidas de eficiência energética, à criação de zonas ajardinadas, à educação ambiental e à disponibilização de bicicletas como forma de deslocação entre as diferentes atracções turísticas industriais. O pilar ambiental da sustentabilidade do turismo industrial é um importante e interessante foco de estudo para um próximo trabalho científico.

#### V.4 CARACTERIZAÇÃO E ENQUADRAMENTO DO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA

Para a realização da presente secção utilizou-se como fonte de informação o Plano Director Municipal (PDM) de Águeda, mais propriamente os Estudos Sectoriais que o compõem e que têm interesse para os propósitos deste trabalho de investigação. De referir que o PDM se encontra em fase de revisão e que todos os elementos constitutivos, bem como informações e procedimentos

subjacentes, estão disponíveis no *website* da Câmara Municipal de Águeda (em [www.cm-agueda.pt/](http://www.cm-agueda.pt/)).

De acordo com o Estudo Sectorial “Socio-demografia e Habitação”, e em termos de enquadramento territorial, o concelho de Águeda pertence à região (NUTS II) Centro de Portugal Continental, à sub-região (NUTS III) do Baixo Vouga e ao distrito de Aveiro; é constituído por vinte freguesias, conta com 49 041 habitantes (em 2001) e uma densidade populacional de, aproximadamente, 146 hab/km<sup>2</sup>, sendo o maior do distrito com uma área de 335 km<sup>2</sup> (Câmara Municipal de Águeda, 2009a). A figura 5.3 apresenta o enquadramento regional do concelho de Águeda.



**Figura 5.3 | Enquadramento regional do concelho de Águeda.**

**Fonte: Câmara Municipal de Águeda (2009a).**

Tal como aponta o mesmo Estudo Sectorial, a localização estratégica do município, pelos eixos Leiria/Coimbra/Viseu e norte/sul (entre Braga e Setúbal), e ainda pela ligação à Europa pela A 25 (Auto-estrada das Beiras Litoral e Alta), “coloca-o numa posição charneira que, associada ao potencial endógeno, torna possível a sua afirmação na região” (Câmara Municipal de Águeda, 2009a, p.4).

O concelho de Águeda faz parte da Grande Área Metropolitana de Aveiro (GAMA), representada a verde na figura 5.3, “e confina com nove outros concelhos: Albergaria-a-Velha, Aveiro, Oliveira do Bairro, Anadia, Mortágua, Tondela, Vouzela, Oliveira de Frades e Sever do Vouga” (Câmara Municipal de Águeda, 2009a, p.4).

De uma forma global, e em termos económicos, o sector secundário é o que revela maior importância do ponto de vista do emprego no município, sendo que os subsectores “da cerâmica, das ferragens, da fabricação de mobiliário, da construção civil e do comércio a retalho, no seu conjunto, absorviam em 2001 mais de 40% dos empregados do Concelho” (Câmara Municipal de Águeda, 2009a, p.5).

No Estudo Sectorial “Socio-demografia e Habitação” é salientado, ainda, que o município tem “um potencial que permite a evolução para formas de competitividade assentes na incorporação de serviços, do conhecimento e de tecnologia, associados à presença da Escola Superior [de] Tecnologia e Gestão de Águeda” da Universidade de Aveiro; e que, “devido à sua riqueza natural, patrimonial, cultural e paisagística, [o concelho de Águeda] apresenta um elevado potencial turístico, ainda por desenvolver” (Câmara Municipal de Águeda, 2009a, p.5).

As subsecções que se seguem apresentam uma breve descrição do município de Águeda em termos de indústria e de turismo, os sectores que têm especial interesse para o presente trabalho científico. Para a sua realização recorreu-se aos dois Estudos Sectoriais do PDM que estão directamente relacionados: “Economia e Indústria” e “Turismo”.

#### V.4.1 INDÚSTRIA

A história industrial do município de Águeda teve início em finais do século XIX, início do século XX, despoletada, em grande medida, pelo carácter geográfico da área e pela rede de estradas que lhe conferia vantagens já nessa altura. De acordo com o Estudo Sectorial “Economia e Indústria”, e corroborando a localização estratégica do município de Águeda,

a maioria das unidades industriais do Concelho concentrou-se desde a sua origem na freguesia de Águeda e em seu redor, formando um núcleo central ao longo da Estrada Nacional [...], em resultado da posição geográfica do Concelho e dos meios de comunicação de que bem cedo dispôs [...]: a Estrada Nacional 1 que une o Porto a Lisboa; a Estrada Nacional 230, que liga Aveiro ao Caramulo; os caminhos-de-ferro que interligam Aveiro-

Águeda-Viseu; e, sobretudo, o Rio Águeda, ligando o Concelho à cidade de Aveiro e às povoações limítrofes. Assim, o posicionamento do Concelho de Águeda tornou-se um factor decisivo para a localização e atracção de unidades industriais, conduzindo à fixação das mesmas ao longo das principais vias de comunicação atrás referidas (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.2).

Segundo os Censos (Recenseamentos da População e Habitação) 2001, “a taxa de actividade que caracteriza o Concelho de Águeda apresentava um valor superior quer ao da Região Centro, quer ao de Portugal, situando-se ao nível dos 50%” (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.7). Facilmente se depreende a relação existente entre as qualidades singulares de localização e de acessos do município em questão, e a fixação e desenvolvimento de actividades económicas; afinidade essa que proporciona à região uma imagem marcadamente industrial, pelo nível de actividade, pela capacidade empregadora e, por conseguinte, pela importância do sector secundário na estrutura económica. Na verdade, e “no que concerne à actividade empresarial, o Concelho de Águeda apresenta uma estrutura fortemente determinada pela indústria transformadora, uma vez que, no período de [1991-2001], este sector absorvia cerca de metade do emprego total” (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.54).

O município de Águeda engloba diferentes tipos de actividades industriais, sendo que as principais são as relacionadas com cerâmica e cal, ferragens, nomeadamente, o prego e o ferro forjado, e bicicletas e motociclos. Na década de 60 do século XX a fabricação de bicicletas, em especial, sofreu um considerável impulso, uma vez que “em qualquer barracão surgia uma nova oficina” (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.5). Habitualmente ainda se observam referências a Águeda como sendo “uma das regiões mais industrializadas do país” ou “a terra das bicicletas”, devido, precisamente, à expressão industrial que caracteriza o concelho e, de modo mais particular, ao fabrico de bicicletas.

O Estudo Sectorial “Economia e Indústria” aponta que, “de acordo com os dados do INE, existem no Concelho, em 2004, cerca de 1 046 indústrias divididas entre indústrias transformadores (1 036) e indústrias mineiras (10)” (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.44). “Apesar de não existirem estatísticas que permitam aferir com todo rigor o número de unidades industriais segundo as classes da CAE” (Classificação Portuguesa de Actividades Económicas), as tipologias que mais se destacam, em termos de número, são as referentes à metalurgia, à metalomecânica, à cerâmica, ao mobiliário e ao equipamento de transporte, “sectores com tradições na estrutura

empresarial local e com ligações estreitas, não só com os recursos naturais, mas também com o restante tecido produtivo” (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.44).

Não obstante a capacidade produtiva do concelho, o Estudo Sectorial “Economia e Indústria” indica que o tecido industrial local se encontra numa fase de esgotamento, devido, essencialmente, à falta de reforço e reorganização das linhas de especialização, a qual é essencial para a conquista de competitividade (Câmara Municipal de Águeda, 2009b). A par da situação anterior, e tendo em conta que, de um modo generalizado, todos os sectores de actividade têm sofrido negativamente com a conjectura económica global, Águeda não é excepção, e, entre outros impactes, o desemprego é um factor que tem aumentado continuamente no concelho (Câmara Municipal de Águeda, 2009b). No documento de base utilizado nesta subsecção é referido que a recriação das dinâmicas industriais passa pela inovação, pela cooperação, pela singularidade, pela qualidade e pela formação profissional dos recursos humanos (Câmara Municipal de Águeda, 2009b).

Perante este cenário, verifica-se a imprescindibilidade de adoptar estratégias conducentes ao desenvolvimento sustentável, como forma de garantir uma dinâmica económica capaz de impulsionar o Concelho rumo ao progresso. A economia de Águeda apresenta potencialidades para vir a ser, a médio prazo, uma economia moderna, articulada, inserida em dinâmicas competitivas nacionais e internacionais e apoiada em factores avançados e imateriais de competitividade. Para que esta pretensão possa concretizar-se é fundamental assegurar a capacidade para tirar partido dos factores de tradição produtiva e cultural que caracterizam o Concelho, bem como dos seus recursos naturais e de localização, combinando-os inteligente e eficazmente com as competências disponíveis nos domínios dos serviços tecnológicos, científicos e de ensino superior que importa estimular, promover e apoiar com vista à sua consolidação e desenvolvimento (Câmara Municipal de Águeda, 2009b, p.55).

#### V.4.2 TURISMO

A localização do município de Águeda assume uma posição central entre zona de praia (Aveiro) e de montanha (Serra do Caramulo). Adicionando a esse facto os diferentes meios de comunicação e de ligação a outras regiões de que dispõe (tal como referido, anteriormente, na subsecção V.4.1), pode-se deduzir que o concelho de Águeda apresenta claras potencialidades para o desenvolvimento turístico. Contudo, “o turismo em Águeda é uma actividade pouco explorada, não obstante [...] existirem valores naturais e culturais suficientes para ter uma perspectiva optimista quanto ao seu desenvolvimento futuro” (Câmara Municipal de Águeda, 2009c, p.7).

O Estudo Sectorial “Turismo” apresenta uma análise da oferta hoteleira do município de Águeda, baseada em dados do INE e num estudo levado a efeito pela Autarquia no terreno. Os dados referem-se ao ano de 2007, tal como comunicado pelo organismo concelhio em informação escrita solicitada. O quadro 5.3 resulta do estudo efectuado do documento que integra o PDM, e que serve de base a esta subsecção, e de alguns contactos telefónicos realizados, no sentido de avaliar as situações que apresentavam carácter temporário no referido ano (por exemplo, fase de obras). Cumulativamente, o quadro em questão pretende expor, de uma forma integrada, a oferta de meios de alojamento do município em termos de número de estabelecimentos, tipo de alojamento (de acordo com a categorização estabelecida pela Câmara Municipal) e respectiva classificação, bem como o número de camas (unidades de alojamento) disponíveis.

**Quadro 5.3 | Oferta de meios de alojamento do município de Águeda, com base em Câmara Municipal de Águeda (2009c) e alguns contactos telefónicos.**

N.º DE ESTABELECIMENTOS	TIPO DE ALOJAMENTO	CLASSIFICAÇÃO	DESIGNAÇÃO	N.º DE CAMAS
2	Estalagem	4*	E. da Pateira	114
		4*	Quinta do Louredo	42
1	Hospedaria	(1)	H. Castro	39
1	Hotel	3*	H. Residencial Conde d'Águeda	56
2	Motel	3*	M. Alameda	36
		3*	M. Primavera	58
3	Pensão	3ª	P. Residencial Ferpenta	84
		3ª	P. Residencial Celeste	35
		3ª	P. Parreira	22
1	Parque de Campismo	(1)	P. C. do Rossio <sup>(2)</sup>	(1)
<b>10</b>	<sup>(1)</sup> Não aplicável; <sup>(2)</sup> Encerrado			<b>486</b>

Assim, conclui-se que, no total, o concelho de Águeda dispõe de dez estabelecimentos de alojamento e 486 camas. No entanto, o parque de campismo do Rossio encontra-se “encerrado por não cumprir as normas exigíveis pela DGT [actual Turismo de Portugal, I.P.] (estando sem licença para exercer a actividade)” (Câmara Municipal de Águeda, 2009c, p.10). Actual e efectivamente, o município aguedense conta com nove estabelecimentos de alojamento, sendo

que a tipologia em maior número é a pensão (os três estabelecimentos são de terceira categoria). De referir que as duas estalagens existentes são de quatro estrelas e uma delas, a Estalagem da Pateira, apresenta a maior oferta de unidades de alojamento (114 camas), destacando-se, consideravelmente, dos restantes meios de alojamento no que respeita a esse factor. Destaca-se, ainda, o facto de apenas existir um hotel em todo o município de Águeda.

Relativamente à distribuição geográfica dos meios de alojamento, verifica-se, pela figura 5.4, que estes se situam, primordialmente, “sobre o principal eixo longitudinal do Concelho [...], ou seja, junto à antiga [Estrada Nacional] 1, e na envolvente à Pateira de Fermentelos” (Câmara Municipal de Águeda, 2009c, pp.8-9).



**Figura 5.4 | Distribuição geográfica dos meios de alojamento no concelho de Águeda.**

**Fonte: Câmara Municipal de Águeda (2009c).**

Depreende-se, igualmente, pela figura 5.4 a ausência de empreendimentos de turismo no espaço rural, “apesar das potencialidades que o Concelho apresenta a este nível” (Câmara Municipal de Águeda, 2009c, p.13), facto que, mediante estudos de mercado e de viabilidade, poderá proporcionar ensejo para a iniciativa empresarial nesse contexto. Para além da situação citada, e de acordo com o estudo realizado na subsecção anterior (ver subsecção V.4.1), verifica-se que, de um modo geral, a localização dos estabelecimentos de alojamento no município de Águeda coincide com a área de maior expressão industrial.



O tempo médio de permanência no concelho de Águeda é de 1,62 dias e, de um modo geral e a título meramente indicativo, os mercados mais expressivos são o nacional, italiano, francês, espanhol e alemão (Câmara Municipal de Águeda, 2009c).

No Estudo Sectorial “Turismo” são salientados, de igual modo, os pontos de interesse do município de Águeda, os quais se prendem, essencialmente, com o turismo religioso (festas religiosas e património edificado de cariz religioso), o cultural (museus, arqueologia e património classificado e a cidade de Águeda), o de recreio e lazer (praias fluviais e parques de lazer), o desportivo, o gastronómico, e um conjunto de outros segmentos reunidos no designado turismo alternativo ou de nichos – ecológico (parques naturais, caminhada), em espaço rural (casas de campo, agro-turismo), aventura (mergulho, *kayak* em águas bravas) e especializado (científico, arqueológico).

Ainda segundo o documento do PDM, as principais fraquezas identificadas ao nível do turismo no concelho de Águeda relacionam-se com (i) “a reduzida diversidade da oferta hoteleira”, (ii) “a insuficiente inovação dos produtos apresentados”, (iii) a “deficiente publicitação dos sítios de interesse turístico”, (iv) a “falta de acções e estratégias concertadas [...] entre os estabelecimentos hoteleiros e os promotores dos eventos” (Câmara Municipal de Águeda, 2009c, p.42).

De modo a colmatar as debilidades que o município apresenta e a fomentar as suas potencialidades, torna-se necessária “a criação de uma ferramenta orientadora que revele mecanismos de acção e coordenação concelhia e supra concelhia, um Plano Estratégico para o Turismo” (Câmara Municipal de Águeda, 2009c, p.46).

## V.5 VERIFICAÇÃO DO *FRAMEWORK* NO CASO DO MUNICÍPIO DE ÁGUEDA

Decorrente da secção anterior (ver secção V.4), poder-se-á efectuar as seguintes considerações:

- :: As características de localização e a diversidade de vias de comunicação conferem vantagens competitivas ao município de Águeda.
- :: O desenvolvimento industrial do concelho aguedense, sendo a sua imagem de marca, deve ser reorganizado e potencializado, de modo a atingir as meta da

sustentabilidade e da competitividade, face a outras regiões com características similares. Recorrendo à terminologia geral e comum do ciclo de vida do produto, e permitindo a analogia no presente contexto, pode-se afirmar que a indústria em Águeda se encontra entre as fases de maturidade e de declínio, o que implica repensar modelos de actuação e introduzir elementos inovadores.

:: O reduzido (ainda) desenvolvimento turístico do município de Águeda não deve ser considerado um ponto fraco, mas sim uma oportunidade. À semelhança da comparação efectuada no ponto anterior, pode-se mencionar que o turismo em Águeda se encontra entre as fases de lançamento e de crescimento do ciclo de vida do produto, e ao contrário do que se referiu em relação à indústria. Ora, essa situação proporciona abertura a um planeamento integrado antecipado da actividade turística no concelho. Permite, assim, a prevenção de circunstâncias indesejáveis e a definição das medidas mais interessantes a adoptar, salvaguardando as especificidades do território, as necessidades das comunidades, e, também, as aspirações dos agentes económicos e sociais interessados no sector.

Aliar a base industrial do município de Águeda ao desenvolvimento da actividade turística é, claramente, uma forte e importante aposta quer para a regeneração do sector industrial e da economia local, quer para a afirmação da imagem da região, quer, em última instância, para a melhoria da qualidade de vida da população local e residente.

O desenvolvimento do turismo industrial no concelho de Águeda é, portanto, algo que tem condições de beneficiar a indústria e o turismo da região, bem como a população local e residente e todos os agentes interessados, parecendo ser uma combinação coerente e necessária. Estando a actividade turística em crescimento e o sector industrial em declínio, um poderá ser incentivo para o outro, ou seja, por um lado, aproveitando o que de melhor e mais maduro tem o concelho – a indústria, surge um turismo enquadrado nas especificidades locais e bastante promissor, dada a escassez de produtos/destinos de turismo industrial, ao níveis nacional e internacional; por outro lado, o turismo, se planeado convenientemente, tal como explanado ao longo deste trabalho científico e, particularmente, no capítulo III do enquadramento teórico e nas secções V.2 e V.3 do presente capítulo, pode, no médio a longo prazo, alavancar o tecido industrial de Águeda.

Na verdade, e segundo o Estudo Sectorial “História e Património”, integrante do PDM, um dos elementos de interesse patrimonial do concelho de Águeda é o de natureza industrial, “elementos de referência que fazem parte da memória colectiva, outrora símbolos do progresso, do desenvolvimento e da modernidade” (Câmara Municipal de Águeda, 2009d, p.78). E acrescenta, asseverando que, “sendo Águeda um Município de vocação industrial, deverá valorizar e perpetuar estes símbolos, que já vão sendo pouco comuns, a fim de que estes venham a representar, para as futuras gerações, marcos da história do século XX” (Câmara Municipal de Águeda, 2009d, p.78).

A realização da presente secção tem como base (i) a definição de turismo industrial utilizada no presente trabalho científico, e apresentada na secção I.3 do enquadramento teórico – oferta turística organizada e disponibilizada em empresas operacionais ou não – de produção de bens e/ou serviços e, portanto, que proporcionem experiências mais ou menos tangíveis e que impliquem ou não a participação do turista – cujos motivos de viagem podem variar entre a descoberta dos produtos ou da organização onde são concebidos, da paisagem circundante ou do ambiente sociocultural associado; (ii) o quadro resumo do *Framework* (conforme quadro 5.1) e a respectiva explicação; e (iii) a informação escrita cedida pela Divisão de Planeamento, Empreendedorismo, Ambiente e Turismo da Câmara Municipal de Águeda, e a que se encontra disponível no *website* da mesma (em [www.cm-agueda.pt/](http://www.cm-agueda.pt/)), segundo a LISTA DE INDICADORES enviados (apêndice A).

Assim sendo, a verificação do quadro de desenvolvimento do turismo industrial no município de Águeda passa por aprofundar, na medida dos dados disponibilizados, cada uma das fases que o compõem, criar condições e apresentar orientações para a sua operacionalização, tal como se apresenta de seguida.

#### ETAPA DE PRÉ-PROJECTO

##### Fase A. Trabalho preliminar

Actividade 1. Levantamento dos produtos turísticos existentes (incluindo os de turismo industrial)

Tarefa i) Consulta de folhetos e de outro material promocional

O Posto de Turismo de Águeda, a funcionar temporariamente no edifício da Câmara Municipal, tem como funções a divulgação da cultura local e do turismo, entre outras,

sendo, por isso, o espaço indicado a consultar para inventariação da oferta turística organizada existente no município. Poderá ocorrer a situação de se verificar a disponibilização de produtos turísticos industriais que não estejam “catalogados” como tal, e, nesse sentido, deve ser realizada essa avaliação; um exemplo disso é o Museu Ferroviário de Macinhata do Vouga, cujo espólio teve um importante papel na Revolução Industrial. A compreensão do estado do turismo em Águeda é fundamental para a promoção da sua harmonia e, em simultâneo, das suas potencialidades, o que conduz, inevitavelmente, ao conhecimento das suas vantagens comparativas e consequente definição de factores-chave inovadores ou vantagens competitivas.

Actividade 2. Análise e avaliação das políticas e estratégias definidas para o sector do turismo e, especificamente, para o turismo industrial

Tarefa ii) Consulta do PDM e de outros instrumentos de planeamento que possam existir

No PDM de Águeda, o qual se encontra em fase de revisão e cujos dados reportam ao ano de 2007, e especificamente no Estudo Sectorial “Turismo”, é efectuada, em termos gerais, uma descrição da actividade turística e apresentados os pontos de interesse no município. Verifica-se, no entanto, que o documento carece de uma análise mais integrada e articulada dos diferentes aspectos que caracterizam a oferta e a procura turísticas. A primeira deve ser analisada tendo como base, por exemplo, o modelo de sete indicadores constantes na Conta Satélite do Turismo, e que constitui um dos alicerces do *Framework* apresentado neste trabalho científico: (i) alojamento (única variável objecto de extensa aferição no referido documento), (ii) restauração e bebidas, (iii) transporte de passageiros (matéria que constitui o Estudo Sectorial “Infra-estruturas e Transportes”), (iv) agências de viagem, operadores turísticos e guias turísticos, (v) serviços culturais, (vi) recreação e lazer e (vii) outros serviços de turismo (por exemplo, serviços de aluguer de outros bens de uso turístico). Algumas destas variáveis são consideradas noutros Estudos Sectoriais, contudo, o facto de não o serem neste, leva a uma fragmentação da análise do sector. Decorrente dessa situação, a procura turística é somente avaliada tendo em conta o número de dormidas nos meios de alojamento do concelho e a nacionalidade dos turistas, o que também limita o seu melhor e mais abrangente estudo. Poder-se-ia, a título de exemplo, considerar o número de visitantes (nacionais e estrangeiros) nas atracções turísticas da área. O Plano Estratégico de Turismo – Águeda 2010 apresenta as políticas e estratégias definidas para o sector do turismo pela Autarquia aguedense, sendo que uma das linhas

estratégias apontadas refere-se, exactamente, ao turismo industrial. Transcreve-se abaixo as acções que compõem a “linha 1 – turismo industrial”, de acordo com Câmara Municipal de Águeda (2009?).

**Acção 1 – Criação da Rota das Indústrias**

Criação de um percurso turístico/cultural/económico que vise dar a conhecer aos empresários, investigadores universitários e a todos os interessados, o que se faz de bem em Águeda em termos industriais, ao nível das tecnologias de ponta, com a valência de conhecimento em simultâneo das actividades tradicionais do concelho/região.

**Acção 2 – Criação do Museu da Indústria – O Passado e o Futuro**

Utilização de uma unidade industrial para a sua instalação ou a adaptação de uma unidade fabril ainda em funcionamento para construir em uníssono o museu, podendo observar-se as técnicas de produção ao vivo e simultaneamente o passado industrial do concelho (poderia existir uma exposição rotativa com tudo o que de “*high-tech*” se faz no concelho – representando o futuro).

O *Framework* possibilita a consecução das acções apresentadas: prevê o desenvolvimento de um espaço museológico ligado à indústria local, pelo planeamento do Centro de Visitantes, e, embora não mencionado explicitamente, a criação de uma (ou mais do que uma) rota industrial, como adiante se voltará a referir. Para além de poder responder às acções preconizadas no Plano Estratégico de Turismo, o *Framework* tem em consideração uma série de questões ecléticas e holísticas que têm a capacidade de devolver e respeitar uma compreensão sustentável e abrangente do território de Águeda ao nível do sector do turismo.

### Actividade 3. Avaliação da existência de produtos de turismo industrial ao nível regional, nacional e internacional

#### Tarefa iii) Consulta geral na Web

O município de São João da Madeira, também pertencente ao distrito de Aveiro, tem vindo a desenvolver, de forma mais intensa, o turismo industrial, disponibilizando já visitas técnicas e acções de formação e sensibilização destinadas às empresas sobre a temática. Para além disso encontra-se a organizar o próximo Congresso Europeu de Turismo Industrial que decorrerá nessa localidade no ano de 2012; evento de considerável relevo para o desenvolvimento e afirmação da actividade turística em questão, uma vez que irá contar com especialistas de várias partes do mundo, bem como com o conhecimento global do estado da actividade e de casos de sucesso. Ao nível nacional conta-se, por exemplo, com as Rotas de Cerâmica cuja acção se desenvolve em quase todo o país, sendo

o CENCAL – Centro de Formação Profissional para a Indústria Cerâmica a entidade coordenadora do projecto. Consoante as intenções da Câmara Municipal de Águeda para o turismo industrial, nomeadamente em termos de objectivos e metas, deverá ser efectuada uma pesquisa ao nível internacional focalizada nesses critérios, uma vez que a oferta é vasta e multidisciplinar.

#### Tarefa iv) Levantamento de casos de sucesso

Decorrente da tarefa anterior e da estratégia definida pela Autarquia aguedense, é possível seleccionar-se casos de boas práticas, exemplos de sucesso na(s) área(s) em que o município intentar desenvolver o turismo industrial. O objectivo passa por uma afirmação sólida do(s) produto(s) turístico(s) industrial(is), sendo que o facto depende do conhecimento do que de melhor (e menos bom) é feito na área para, posteriormente, definirem-se vantagens competitivas.

#### Actividade 4. Verificação da possibilidade de integração em eventuais redes nacionais e/ou internacionais de turismo industrial

##### Tarefa v) Consulta geral na Web

A realização da actividade anterior permite a identificação de redes nacionais e internacionais de turismo industrial existentes. A inclusão em redes gerais, como é o caso da ERIH (Rota Europeia de Património Industrial), ou em redes temáticas, como é o caso nacional das Rotas de Cerâmica, conduz a uma maior estabilidade e sustentabilidade do turismo industrial em Águeda. Eventualmente, poderá existir condições para a criação de uma nova rede de turismo industrial ao nível do distrito de Aveiro, por exemplo, incluindo alguns dos municípios que o compõem: Águeda – cidade das bicicletas, São João da Madeira – cidade do calçado, Oliveira de Azeméis – cidade dos moldes e plásticos, Santa Maria da Feira – cidade da cortiça, entre outros. Cada vez mais se deve pensar em produtos turísticos integrados que promovam a diversidade da oferta turística disponível e o aumento do tempo de permanência do turista na região. Uma organização articulada e transparente, baseada na confiança e na certeza de que juntos conseguirão mais e melhor, deverá estar nas fundações de rede regional de turismo industrial.

#### Actividade 5. Identificação e análise de linhas de financiamento e sistemas de incentivos

##### Tarefa vi) Consulta ao *website* do QREN

Sobre esta matéria deverá ser analisado o Programa Operacional Regional do Centro,

disponível em [www.qren.pt/](http://www.qren.pt/), sendo que os projectos turísticos encontram-se consagrados nos Eixos Prioritários do referido Programa, nomeadamente ao nível do “Eixo 3 – Consolidação e Qualificação dos Espaços Sub-regionais” (Observatório do QREN, 2008). De acordo com o documento, as intervenções ao abrigo deste eixo visam três objectivos: “a valorização de recursos específicos do território, o reforço da identidade da região e a qualificação integrada dos espaços sub-regionais” (Observatório do QREN, 2008, p.87). Verifica-se que o *Framework* está em consonância com os objectivos mencionados e com a natureza das intervenções apoiadas no âmbito do Eixo Prioritário em questão.

#### Tarefa vii) Levantamento de linhas de financiamento ajustadas à situação

Verificadas as possibilidades de financiamento por parte do QREN e a capacidade financeira da Autarquia de Águeda, poderá verificar-se a necessidade de se recorrer a linhas de financiamento extras, como por exemplo, através da banca. Deve ser realizado o levantamento de todos os caminhos passíveis de serem percorridos, inclusivamente dos *timings* associados. Assim que as condições para a realização dos planos de investimento e financiamento inerentes ao projecto estejam reunidas, essa informação já deverá estar salvaguardada e disponível.

#### Actividade 6. Identificação de potenciais parceiros

##### Tarefa viii) Reunião com a equipa técnica de planeamento e com elementos de outros serviços da Autarquia, caso se justifique

Os parceiros podem ser locais, nacionais ou internacionais; públicos ou privados, directa ou indirectamente ligados ao sector do turismo; de áreas de actividade económica distintas. O seu contributo pode ser de cariz técnico-científico, tecnológico, financeiro, promocional. A identificação e selecção dos parceiros deve ser alvo de estudo e ponderação, no sentido de se averiguar quais as situações mais interessantes e desejáveis. A Câmara Municipal, conhecendo os principais agentes do território, e como promotora do projecto, é a entidade que melhor pode definir as parcerias a estabelecer.

#### Fase B. Trabalho de campo

##### Actividade 7. Recolha de informação de base

##### Tarefa ix) Recolha dos dados inerentes aos indicadores constantes na MATRIZ

Os indicadores elencados na MATRIZ (apêndice C) permitem conhecer o estado do turismo no município e as potencialidades para o turismo industrial. Os métodos e as técnicas de

recolha e análise da informação de base devem ser os que melhor se adequem aos objectivos e estratégias definidos pela Autarquia, salvaguardando em todos os casos, a ética e a transparência que devem caracterizar qualquer trabalho de investigação. Uma vantagem é que todos, ou quase todos, os dados necessários se encontram dentro do próprio órgão concelhio, o que imprime celeridade e poupança de recursos (humanos, financeiros e materiais) ao processo de concepção do projecto. Desta tarefa depende todo o trabalho seguinte, sendo, portanto, fundamental a criação e a manutenção de uma cultura de trabalho metódica e rigorosa. A organização de matrizes (por exemplo, decorrente da inventariação dos recursos turísticos do concelho de Águeda), de cruzamento de informação, pode ser vantajoso quer para a sistematização e categorização dos dados, quer para a sua análise abrangente e estruturada.

#### Tarefa x) Preenchimento da MATRIZ

Neste *output*, à semelhança da MATRIZ – TRABALHO DE PROJECTO (apêndice B), é possível registar-se a localização dos dados que responderão a cada um dos indicadores, permitindo, deste modo, uma gestão eficiente da informação.

#### Actividade 8. Pré-selecção das empresas participantes

##### Tarefa xi) Primeira escolha

Para a realização desta tarefa é necessária a listagem de empresas do município de Águeda (indicador 14 da MATRIZ, apêndice C). Quanto mais completa essa listagem for, em termos de diversidade de dados, tanto melhor para esta primeira escolha. No sentido de auxiliar a selecção deve ter-se em conta os parâmetros constantes na LISTA DE PRÉ-REQUISITOS (apêndice D). A importância atribuída a cada uma dessas variáveis está na razão directa dos objectivos traçados pela Autarquia aguedense para o desenvolvimento do turismo industrial.

##### Tarefa xii) Primeiro contacto

Depois de seleccionadas as empresas estabelece-se o primeiro contacto com o(s) responsável(is) das mesmas, no sentido de apresentar o projecto, seus objectivos, vantagens, entre outros assuntos que o promotor considere pertinentes. O planeamento e criação de uma apresentação digital, preferencialmente, devem ser levados a efeito, respeitando desde logo uma imagem gráfica apelativa atribuída ao projecto. Deste primeiro contacto irá surgir um *feedback*, que, sendo positivo, permite avançar para a



próxima tarefa, sendo negativo, obriga a voltar à tarefa anterior e/ou a repensar o modo como prosseguir.

#### Tarefa xiii) Avaliação das condições actuais oferecidas

Torna-se necessário realizar uma avaliação das condições disponibilizadas pelas empresas participantes, essencialmente, ao nível de espaço, neste primeiro momento. Deve ter-se em conta que as empresas irão passar a receber fluxos de visitantes, sendo que alguns poderão ter necessidades de acesso distintas e especiais. Para além disso, devem ser salvaguardadas questões relacionadas com a segurança dos colaboradores da empresa e dos visitantes.

#### Tarefa xiv) Avaliação das necessidades físicas, de pessoal e de conteúdos

Este segundo momento implica o levantamento das necessidades físicas (decorrente da tarefa anterior), de pessoal (pelo menos um guia) e de conteúdos interpretativos da empresa em geral, dos produtos que disponibiliza, dos processos de produção que utiliza, da maquinaria e/ou procedimentos envolvidos, ou de outros itens que se considerem interessantes, que sejam passíveis de serem ostentados e que acrescentem valor à experiência turística.

#### Tarefa xv) Avaliação de custos/benefícios

Após a realização da tarefa anterior, e tendo o registo das acções a empreender, sabe-se que tipo de serviços devem ser contratualizados para a sua consecução. Assim, recorrendo a fornecedores desses serviços e obtendo os respectivos preços, é possível efectuar o cálculo dos custos associados a cada empresa participante. De realçar que os benefícios decorrentes da actividade turística industrial devem ser analisados a médio ou longo prazo e que, para além disso, existem proveitos que não são estimáveis de forma directa, tais como a melhoria da imagem da empresa, a divulgação positiva dos seus produtos, entre outros. A avaliação de custos/benefícios deve, assim, ser efectuada de forma sensata e ponderada, conjugando os objectivos do empresário e os do promotor do projecto. Toda a informação reunida nesta tarefa deve ser alvo de análise e compilação, culminando na redacção de um primeiro relatório intercalar, o qual pode ser geral – relativo a todas as empresas – ou individual – relativo a cada empresa.

#### Tarefa xvi) Segundo contacto

Os documentos que resultarem da tarefa anterior devem ser apresentados quer aos (respectivos) empresários, num segundo contacto, quer ao Senhor Presidente da Câmara Municipal de Águeda, como promotor do projecto. As apreciações sendo positivas, avança-se para a próxima etapa; sendo negativas, volta-se às tarefas anteriores e/ou repensa-se o modo como prosseguir.

## ETAPA DE PROJECTO

### Fase C. Trabalho de gabinete

#### Actividade 9. Selecção das empresas participantes

##### Tarefa xvii) Avaliação do número de empresas aptas a integrar o produto

Dependendo do número de empresas aptas a integrar o projecto, ter-se-á a necessidade de optar pela organização de um, ou mais do que um produto de turismo industrial. As orientações a esta tarefa, e respectiva actividade, encontram-se claramente explicadas na secção V.2.

#### Actividade 10. Definição do tipo de produto a desenvolver (geral; temático)

##### Tarefa xviii) Avaliação do tipo de empresas participantes, de acordo com a área de operação industrial

No caso do município de Águeda, e uma vez que uma das suas marcas é a indústria das duas rodas, faz todo o sentido pensar-se numa rota das duas rodas, ou, eventualmente, havendo *clusters* de oferta, numa rota das bicicletas e noutra das motorizadas. A análise da LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS (apêndice E), preenchida e utilizada na tarefa anterior, permite aferir quanto à tipologia de produto de turismo industrial a desenvolver.

#### Actividade 11. Planeamento do Centro de Visitantes

##### Tarefa xix) Selecção da unidade fabril onde irá funcionar

Com recurso ao indicador 7 – unidades fabris encerradas – da MATRIZ (apêndice C), é possível efectuar-se a escolha do local onde irá funcionar o Centro de Visitantes. Sugere-se a utilização de um espaço abandonado para colmatar, ainda que de forma singular, a quantidade de edifícios industriais inutilizados e em ruínas. A Câmara Municipal de Águeda terá as condições necessárias para efectuar essa análise, nomeadamente, no que se refere à propriedade do património em questão (um ou mais proprietários, privada ou do Estado Português). Nesta tarefa deve-se, igualmente, ter em atenção os tipos de funções a

atribuir-lhe (loja de recordações, oficina de artesanato, museu, tal como apresentado na descrição da actividade 11 na secção V.2), o que condiciona a escolha da unidade fabril. A localização geográfica do Centro de Visitantes deve ser a mais estratégica possível, particularmente, no que concerne à proximidade a vias de comunicação principais e à integração em paisagem tradicionalmente industrial.

#### Tarefa xx) Elaboração de projecto de reconstrução

Seleccionado o espaço deve-se, seguidamente, realizar uma avaliação das necessidades físicas e elaborar o respectivo projecto de reconstrução. Orientações ao nível da arquitectura e de carácter ecológico são apresentadas na descrição da actividade 11 na secção V.2.

#### Tarefa xxi) Definição das suas funções e dos serviços a disponibilizar

Esta tarefa dedica-se à organização interna e funcional do Centro de Visitantes (orientações na descrição da actividade 11 na secção V.2), não esquecendo o planeamento de conteúdos, de sinalização, de material informativo/interpretativo, entre outros. Para auxiliar na realização desta tarefa, sugere-se, igualmente, a utilização da LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS, constante no apêndice E.

### Actividade 12. Organização do produto

#### Tarefa xxii) Conjugação da informação tratada

Os resultados e as apreciações provenientes da recolha de informação de base (actividade 7), da selecção das empresas participantes (actividade 9), da definição do tipo de produto a desenvolver (actividade 10) e do planeamento do Centro de Visitantes (actividade 11), promovem as condições necessárias para a organização do produto de turismo industrial no município de Águeda. A descrição da actividade 12 na secção V.2 enumera um conjunto de princípios basilares para a organização do produto, essencialmente, no que respeita ao equilíbrio entre aspectos da oferta e da procura turísticas. Salienta-se, igualmente, a necessidade de introduzir factores de inovação na conjugação da informação e, portanto, na organização do produto, de modo que o concelho de Águeda, cuja identidade é marcadamente industrial, conquiste vantagens competitivas em detrimento de outros com características semelhantes. Esses factores podem verificar-se ao nível do tipo de experiência turística oferecida e do marketing estratégico adoptado, por exemplo.

**Fase D. Teste e operações****Actividade 13. Apresentação pública****Tarefa xxiii) Exposição do projecto a participantes e parceiros**

Estando o trabalho de gabinete concluído e, assim, o produto de turismo industrial delineado, em termos estruturais e gráficos/visuais, deve-se proceder à sua apresentação pública a todos os intervenientes e pares.

**Actividade 14. Execução****Tarefa xxiv) Cumprimento do projecto e seus complementares**

Para a consecução desta tarefa é de capital importância obter-se o resultado à candidatura ao Programa Operacional Regional do Centro, no âmbito do QREN. No sentido de se efectuar a melhor gestão dos *timings*, a preparação da candidatura ao Programa deve acompanhar a realização do presente projecto de desenvolvimento do turismo industrial em Águeda. Obtida a resposta, avança-se com o cumprimento do mesmo e seus complementares, tal como esquematizado na descrição da actividade 14 na secção V.2.

**Actividade 15. Avaliação****Tarefa xxv) Selecção de um grupo-teste**

Antes de disponibilizar, oficialmente, o produto aos visitantes, deve-se proceder a um momento de avaliação, sendo que, para tanto, é necessário seleccionar-se um grupo-teste que prime pela imparcialidade e idoneidade. A título de exemplo, o grupo pode ser constituído por um especialista em turismo (idealmente, em turismo industrial) da Universidade de Aveiro e por representantes de cada uma das seguintes entidades: (a) Turismo de Portugal, I.P., (b) Turismo Centro de Portugal, (c) Associação Empresarial de Águeda, (d) Associação Nacional das Indústrias de Duas Rodas, Ferragens, Mobiliários e Afins, (e) Associação Portuguesa dos Industriais de Ferragens, (f) agentes económicos locais do sector do turismo (alojamento, restauração, agências de viagens, etc.), (g) população local e residente.

**Tarefa xxvi) Experimentação pelo grupo-teste**

A preparação desta tarefa é consideravelmente importante, na medida em que o seu resultado positivo é determinante para a boa alavancagem do produto. Assim, estando tudo operacional no terreno, subsiste somente a concepção de uma matriz de avaliação para o registo de todos os dados que surgirem das considerações do grupo-teste. A tarefa

de registo deve ser responsabilidade de, pelo menos, dois técnicos da equipa de projecto, sendo que a articulação entre os dois deve ser salvaguardada no sentido de não se perder informação pertinente. Agendada a actividade pode-se, desse modo, proceder à experimentação, propriamente dita.

#### Tarefa xxvii) Redacção e apresentação de relatório ao promotor do projecto

Com os dados recolhidos na tarefa anterior, e analisados mediante a sua natureza, estão reunidas as condições para a elaboração de um segundo relatório intercalar, o qual será apresentado ao Senhor Presidente da Câmara Municipal de Águeda, como promotor do projecto.

#### Actividade 16. Correção

##### Tarefa xxviii) Ajustes e/ou aditamentos

A realização, ou não, desta tarefa depende do resultado da actividade de avaliação.

#### Actividade 17. Implementação

##### Tarefa xxix) Abertura ao público

De modo a formalizar a disponibilização oficial do produto de turismo industrial de Águeda aos seus visitantes, devem ser empreendidas acções de divulgação local e global nos meios de comunicação que se considerarem mais eficazes, de acordo com o marketing estratégico delineado.

Nos parágrafos e páginas anteriores procedeu-se à verificação do quadro de desenvolvimento de um produto de turismo industrial ao nível municipal, delineado e apresentado na secção V.2, tendo como área de aplicação o concelho de Águeda. Fundamentalmente, o exercício de calibração permitiu, tendo em conta a informação recolhida e disponível, a elaboração de orientações para a operacionalização do *Framework*.

## V.6 CONCLUSÃO

O quadro de desenvolvimento do turismo industrial ao nível municipal assenta, claramente, em bases de sustentabilidade e num planeamento integrado da actividade. Não poderia ser de outro modo dada a fase de crescimento em que se encontra esta tipologia turística, a qual carece de orientações sólidas e holísticas para que se desenvolva de forma responsável. Um forte

contributo para o sucesso do *Framework* é a promoção da participação pública em todo o processo de planeamento, envolvendo os diferentes *stakeholders* do território e da actividade turística.

Em linhas gerais o *Framework* respeita o planeamento clássico, tal como apresentado e defendido pela Organização Mundial do Turismo, manifestando, adicionalmente, alguns pontos de inovação a esse nível, nomeadamente e a título de exemplo, em termos da sua organização, dos *outputs* criados e do esquema de participação pública desenhado. Para além disso, o quadro de desenvolvimento delineado contribui para a sustentabilidade cultural e económica do turismo industrial e, por conseguinte, do território, porque, entre outros aspectos, respeita e valoriza a identidade do local e fomenta a criação de novos postos de trabalho.

O município de Águeda tem forte história industrial, sendo, na verdade, emblemático nessa matéria e, particularmente, no ramo das bicicletas. Cumulativamente, usufrui de características geográficas estratégicas e de uma diversidade de potencialidades turísticas que podem tornar o concelho num destino atractivo e sustentável. É urgente, portanto, que Águeda saiba posicionar-se no mercado turístico e, principalmente, no que respeita ao turismo industrial, uma vez que os recursos estão no território, sendo que alguns são únicos ao nível nacional e mesmo internacional. Apostar neste nicho de mercado é também lançar o município noutros segmentos, tais como, turismo de negócios, urbano, educacional, cultural, de lazer e recreio.

Um outro aspecto que se torna premente é que o turismo industrial começa já a ganhar alguma notoriedade ao nível regional e nacional, sendo que Águeda, com os recursos de que dispõe, deve antecipar-se, na medida em que existem vários municípios industriais potencialmente competidores. De um modo geral, poder-se-á afirmar que uma estratégia sensata passa pela união em rede, de modo a criar sinergias sólidas, a afirmar a imagem de Águeda no mercado do turismo industrial e a desenvolver bases sustentáveis conjuntas e consistentes.

A atracção de novas fontes de financiamento através do QREN é possível para a alavancagem do projecto de turismo industrial e, portanto, do emprego na região, do *empowerment* da população local e residente, da melhoria de serviços turísticos existentes e das empresas participantes. Em última instância, o desenvolvimento do turismo industrial promove a melhoria da qualidade de

vida no município de Águeda, sendo que o presente trabalho de projecto oferece um conjunto de orientações para a sua operacionalização e acompanhamento.

## CAPÍTULO VI CONCLUSÕES

### VI.1 INTRODUÇÃO

Com o objectivo de ultimar a componente empírica e, assim, o presente trabalho de projecto, este capítulo encontra-se organizado em três secções, sendo que a primeira (secção VI.2) incide sobre a síntese das principais conclusões decorrentes de cada um dos capítulos que compõem este trabalho. A secção VI.3 prende-se com as contribuições do estudo para o quadro teórico e prático que está na base do turismo industrial. Na secção VI.4 são apresentadas as limitações do estudo e recomendações para futuros trabalhos científicos.

### VI.2 PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Define-se turismo industrial como sendo a oferta turística organizada e disponibilizada em empresas operacionais ou não – de produção de bens e/ou serviços e, portanto, que proporcionem experiências mais ou menos tangíveis e que impliquem ou não a participação do turista – cujos motivos de viagem podem variar entre a descoberta dos produtos ou da organização onde são concebidos, da paisagem circundante ou do ambiente sociocultural associado. Assim se distinguiu a noção de turismo industrial utilizada neste trabalho científico, decorrente do desenvolvimento do capítulo I, o qual desencadeia uma série de aspectos e considerações que permitem uma discussão global do tema em estudo.

Uma temática muito realçada ao longo deste trabalho é a sustentabilidade do turismo industrial, a qual é, na verdade, um dos pilares fundamentais do *Framework*, constituindo também o assunto central do capítulo II. Por opção metodológica foram estudadas as dimensões cultural e económica da sustentabilidade, em detrimento das suas vertentes social e ambiental, as quais poderão ser objecto de estudo num trabalho ulterior, como adiante se voltará a referir (ver secção VI.4). A sustentabilidade do turismo industrial foi analisada e discutida sob dois aspectos, essencialmente: por um lado, a sustentabilidade cultural e económica da actividade turística e, por outro lado, a contribuição do turismo industrial para a sustentabilidade cultural e económica do local. Na verdade, para que o turismo industrial conduza ao desenvolvimento sustentável



(cultural e económico) do destino, ele próprio deve ser concebido e gerido com decisões e acções sustentáveis.

O desenvolvimento sustentável do turismo industrial, em termos culturais e económicos, propicia, a título de exemplo, a protecção e a valorização da identidade local, a revivescência da cultura e património industrial, a promoção da autenticidade cultural, a criação de rendimento e de postos de trabalho, a melhoria da imagem da empresa e da região, o *empowerment* da população local e residente e a diversificação económica da região. É possível depreender-se, portanto, algumas das contribuições do quadro de desenvolvimento delineado para os municípios.

Para que a sustentabilidade do turismo industrial seja uma realidade e não uma utopia, é fundamental que todos os interessados nesta actividade sejam envolvidos no respectivo processo de tomada de decisão e desenvolvimento. Para tanto, deve-se planejar o esquema que melhor promove a participação de todos os *stakeholders* locais. O *Framework* proporciona orientações a esse nível, tal como apresentado no quadro 5.2 na secção V.2.

O outro pilar fundamental do quadro de desenvolvimento traçado é o planeamento em turismo industrial, o qual constitui a temática central do capítulo III. Só um planeamento consciente poderá garantir a sustentabilidade do turismo industrial nos moldes mencionados anteriormente. Nesse sentido, estruturaram-se três grupos de linhas orientadoras para o planeamento em turismo industrial – ao nível da organização do produto, do ambiente intrínseco global e da governância – as quais resultaram da análise de três casos de estudo sobre a temática. O *Framework* assenta e tem em consideração todas as linhas orientadoras enunciadas que se adequam ao âmbito municipal.

Um conjunto de qualidades deve caracterizar o planeamento em turismo industrial, sendo elas: integrado – baseado numa dupla abordagem pelo lado da oferta e pelo lado da procura turísticas; equilibrado – visando a satisfação das necessidades da população local e residente e as aspirações dos visitantes; realístico – capaz de desenvolver medidas adaptadas às especificidades locais; holístico – baseado nas características do todo territorial, ou seja, tendo em conta os ambientes social, cultural, ambiental, económico, político; responsável – compreendendo um processo de longo prazo e contínuo no acompanhamento e monitorização das acções; equitativo –

promovendo a justiça da divisão de benefícios decorrentes da actividade turística e envolvendo todos os *stakeholders* no processo de tomada de decisão e desenvolvimento do produto turístico.

Logo na fase inicial de formulação estratégica de objectivos, questão-problema e hipóteses de investigação, especificamente ao nível do estudo exploratório, constatou-se que a literatura em torno da temática do turismo industrial não é abundante, e que o facto é corroborado pelos escassos casos cientificamente sólidos existentes. Tendo em conta essa situação e o objectivo último de delinear o quadro de desenvolvimento do turismo industrial ao nível municipal, optou-se por uma metodologia de natureza mais cognitiva, de compreensão e interpretação das várias realidades, das ligações entre as diferentes temáticas, das práticas já existentes. O capítulo IV centra-se, assim, na apresentação e justificação das opções e decisões metodológicas tomadas, sendo que, no contexto da sua avaliação crítica, os aspectos que mais contribuíram, positivamente, para que se atingisse o objectivo último foram as ligações estabelecidas entre as várias fases metodológicas, a sinergia criada entre as componentes teórica e empírica do presente trabalho científico e a articulação e organização da informação. É nesta base que surge o *Framework*, assente nos dois grandes pilares apontados anteriormente, apresentando um conjunto de linhas orientadoras de actuação e de um procedimento holístico conducentes ao desenvolvimento integrado do turismo industrial, que permita a intervenção ao nível local.

A escolha do município de Águeda para a calibração do *Framework* teve como factor de base a sua imagem industrial, relacionada, em grande medida, com a indústria das bicicletas. Os recursos industriais e as vantagens geográficas de que dispõe, aliados a um novo impulsionamento da oferta turística disponível e à criação de outros serviços relacionados, constituem um panorama de condições interessantes para o desenvolvimento do turismo industrial em Águeda. Com o objectivo de contribuir para a operacionalização desse cenário, o *Framework* delineado coloca à disposição da Autarquia aguedense, como promotora do projecto, uma série de medidas e orientações, organizadas de forma articulada, que incorrem em temáticas tão vastas quanto a complexidade da sua efectiva aplicação no terreno. Assim, no quadro de desenvolvimento desenhado e apresentado no capítulo V é possível recorrer-se a assuntos referentes a (i) fontes de financiamento, (ii) parceiros, (iii) concorrentes, (iv) redes de turismo industrial, (v) recolha e tratamento de informação de base, (vi) processo de selecção de empresas, (vii) organização do produto turístico, (viii) serviços e condições a disponibilizar, (ix) tipos de projectos a empreender, (x) momentos de avaliação e monitorização do projecto, (xi) esquema de participação e

apresentação públicas, (xii) *outputs* de apoio e sugestão de documentos a criar, entre outros. O concurso comum dos itens possíveis de serem encontrados no *Framework* é a sustentabilidade e o planeamento integrado do turismo industrial, actividade em fase de desenvolvimento cada vez mais acentuado e capaz de se afirmar como uma nova força económica para o crescimento dos municípios.

Conclui-se que o turismo industrial pode, de facto, ser considerado uma estratégia *win-win*, se assente nos princípios da sustentabilidade, se planeado de um modo integrado e responsável, e se for capaz de responder a objectivos de melhoria da qualidade de vida da população local e residente, de disponibilização de uma oferta turística de qualidade e de regeneração do tecido industrial local e da própria região, atribuindo-lhe vantagens competitivas indiscutíveis.

### VI.3 CONTRIBUIÇÕES DO ESTUDO

As principais contribuições do presente trabalho de projecto para o turismo industrial, enquanto área de conhecimento e estudo, são efectuadas a dois níveis, essencialmente – teórico e prático. No âmbito do quadro teórico subjacente à actividade turística industrial, é proporcionada uma nova implicação de natureza conceptual do tema, pela abordagem eclética e holística realizada, fundamentalmente, no capítulo I deste trabalho científico. Ainda a este nível, aponta-se a sistematização e as relações estabelecidas entre as temáticas da sustentabilidade (ver capítulo II) e do planeamento (ver capítulo III) com o turismo industrial, dotando a literatura existente de outras e diversas reflexões e considerações.

No âmbito do quadro prático subjacente à actividade turística industrial, são duas as contribuições efectuadas por este trabalho de investigação, sendo que a primeira prende-se com a metodologia adoptada (ver capítulo IV), considerada inovadora do ponto de vista da organização e articulação dos diferentes momentos de tomada de decisão, das componentes teórica e prática e de toda a informação recolhida e disponível (conforme discutido na secção IV.4). Considera-se que a inovação ao nível da metodologia se verifica, igualmente, na sua natureza intrínseca, caracterizada por processos cognitivos, atribuindo uma proposta adicional ao conjunto de práticas científicas que compõem, actualmente, o panorama da investigação em turismo industrial.

Ainda no âmbito prático, a segunda contribuição está relacionada com o *Framework* delineado (ver capítulo V), que, sendo o principal *output* do presente trabalho de projecto, apresenta-se como uma ferramenta para a materialização territorial da actividade turística industrial ao nível dos municípios. Foi apresentado, descrito e fundamentado tendo em conta uma área de actuação específica e concreta, contribuindo, positivamente, com orientações para a sua efectiva aplicação e, desse modo, para a base empírica do turismo industrial.

#### VI.4 LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Tendo em conta o trabalho de projecto como um todo, o enquadramento que esteve na origem do processo geral da investigação conduzida, desde o estudo exploratório à enunciação do *Framework*, verifica-se que as suas limitações ocorrem, essencialmente, ao nível de duas opções metodológicas, tal como discutido na secção IV.4, onde foram apontados os pontos menos positivos da metodologia: (i) o facto de não se ter incluído uma entrevista semi-estruturada no âmbito da reunião de apresentação do projecto e de abertura de contactos com a Câmara Municipal de Águeda, nomeadamente com a DV-PEAT; e (ii) o facto de não se ter calibrado o *Framework* em mais do que um município. Considera-se, no entanto, que as limitações apontadas não são estruturantes, o que não invalida que em estudos posteriores se tenham esses dois aspectos em consideração.

Em termos de recomendações para futuros trabalhos científicos no âmbito do turismo industrial, e para além das que foram supra-mencionadas ao nível de metodologia, referem-se cinco principais: (i) estudo das dimensões social e ambiental da sustentabilidade do turismo industrial, no sentido de se complementar a análise sob essa temática; (ii) ensaio sobre planeamento e gestão integrados da atracção turística industrial, sendo que o âmbito de actuação seria mais local, e onde poderiam abordar-se temáticas como segurança, interpretação, gestão de visitantes e o guia turístico industrial; (iii) trabalho de projecto conjunto com outros municípios do distrito de Aveiro ou da região Centro, por exemplo, abrindo a área de intervenção para um nível mais regional e incorrendo em assuntos como redes (modelo de administração do turismo) e a Organização de Gestão do Destino; (iv) estudo sobre o marketing estratégico do destino/produto de turismo industrial com especial enfoque, por exemplo, sobre a análise e definição do perfil do turista/visitante industrial; (v) tendo o município de Águeda desenvolvido o produto turístico industrial, seria interessante conduzir um estudo que aferisse sobre a contribuição dessa

actividade para a diminuição da sazonalidade que caracteriza o turismo, para o aumento do tempo de permanência e da despesa efectuada pelo turista no concelho, para a diversificação da economia local e para a melhoria da qualidade de vida da população aguedense.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballesteros, E., & Ramírez, M. (2007). Identity and community - Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism Management*, 28(3), 677-687.
- Barnes, J. (2010). *Industrial tourism: An introduction*. Acedido em 02 de Agosto de 2010, em <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Industrial+Tourism%3A+An+Introduction>
- Câmara Municipal de Águeda. (2009?). *Plano Estratégico de Turismo – Águeda 2010*. Águeda: Câmara Municipal de Águeda.
- Câmara Municipal de Águeda. (2009a). *Plano Director Municipal – Revisão: Estudos Sectoriais – Socio-demografia e Habitação*. Acedido em 06 de Setembro de 2011, em [http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM\\_PaginalId=55701](http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM_PaginalId=55701)
- Câmara Municipal de Águeda. (2009b). *Plano Director Municipal – Revisão: Estudos Sectoriais – Economia e Indústria*. Acedido em 06 de Setembro de 2011, em [http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM\\_PaginalId=55701](http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM_PaginalId=55701)
- Câmara Municipal de Águeda. (2009c). *Plano Director Municipal – Revisão: Estudos Sectoriais – Turismo*. Acedido em 06 de Setembro de 2011, em [http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM\\_PaginalId=55701](http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM_PaginalId=55701)
- Câmara Municipal de Águeda. (2009d). *Plano Director Municipal – Revisão: Estudos Sectoriais – História e Património*. Acedido em 06 de Setembro de 2011, em [http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM\\_PaginalId=55701](http://www.cm-agueada.pt/PageGen.aspx?WMCM_PaginalId=55701)
- Chew, M. (2009). Cultural Sustainability and Heritage Tourism: Problems in Developing Bun Festival Tourism in Hong Kong. *Journal of Sustainable Development*, 2(3), 34-42.
- Coccossis, H. (2009). Sustainable Development and Tourism: Opportunities and Threats to Cultural Heritage from Tourism. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 47-56). Surrey: Ashgate.
- Cole, D. (2004). Exploring the Sustainability of Mining Heritage Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(6), 480 - 494.
- Constantin, D., & Mitrut, C. (2009). Cultural Tourism, Sustainability and Regional Development: Experiences from Romania. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 149-166). Surrey: Ashgate.
- Costa, C., & Costa, R. (2005). *Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo - Câmara Municipal do Seixal*. Seixal: Câmara Municipal do Seixal.
- Cuvelier, P. (2001). Le tourisme industriel, tentative de clarification conceptuelle. In M. Damien & C. Sobry (Eds.), *Le tourisme industriel: Le tourisme du savoir-faire?* (pp. 15-29). Paris: L'Harmattan.
- DGTF – Direcção-Geral do Tesouro e Finanças, Ministério das Finanças. (s.d.). *As PPP em 7 questões*. Acedido em 08 de Setembro de 2011, em <http://www.dgtf.pt/parcerias-publico-privadas/as-ppp-em-7-questoes?temaid=1>

- Edgell, D. (2006). *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Edwards, J., & Llurdés, J. (1996). Mines and quarries: Industrial heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 341-363.
- Ferreira, A. (2003). *O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos. O caso de Faro*. PhD thesis, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Frew, E. (2000). *Industrial tourism: a conceptual and empirical analysis*. PhD thesis, Victoria University of Technology, Melbourne.
- Girard, L., & Torrieri, F. (2009). Tourism, Cultural Heritage and Strategic Evaluations: Towards Integrated Approaches. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 221-242). Surrey: Ashgate.
- Hall, M., & Mitchell, R. (2000). Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Development. *Thunderbird International Business Review*, 42(4), 445-465.
- Hospers, G. (2002). Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union. *European Planning Studies*, 10(3), 397-404.
- Jansen-Verbeke, M. (1999). Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development. *Tourism Geographies*, 1(1), 70 - 85.
- Jones, C., & Munday, M. (2001). Blaenavon and United Nations World Heritage Site Status: Is Conservation of Industrial Heritage a Road to Local Economic Development? *Regional Studies*, 35(6), 585 - 590.
- Karki, M., Immonen, V., & Taavitsainen, J.-P. (2006). Welding Theory with Tourism: Past and Present of Industrial Archaeology in Finland. *Industrial Archaeology Review*, 28(1), 47-58.
- Kizos, T., & Iosifides, T. (2007). The Contradictions of Agrotourism Development in Greece: Evidence from Three Case Studies. *South European Society and Politics*, 12(1), 59 - 77.
- Landorf, C. (2009). A Framework for Sustainable Heritage Management: A Study of UK Industrial Heritage Sites. *International Journal of Heritage Studies*, 15(6), 494 - 510.
- Mansfeld, Y. (1992). Industrial landscapes as positive settings for tourism development in declining industrial cities. *GeoJournal*, 28, 457-463.
- Observatório do QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional. (2008). *Programa Operacional Regional do Centro 2007 > 2013*. Acedido em 01 de Novembro de 2011, em [http://www.qren.pt/item3.php?lang=0&id\\_channel=34&id\\_page=203](http://www.qren.pt/item3.php?lang=0&id_channel=34&id_page=203)
- Ost, C. (2009). Cultural Heritage, Local Resources and Sustainable Tourism: Towards an Operational Framework for Policy and Planning. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 75-79). Surrey: Ashgate.
- Otgaar, A., Berg, L., Berger, C., & Feng, R. (2008). *Industrial tourism: Opportunities for city and enterprise* (No. 2008-3). Rotterdam: European Institute for Comparative Urban Research (Euricur).
- Polese, F. (2009). Local Government and Networking Trends Supporting Sustainable Tourism: Some Empirical Evidence. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 131-148). Surrey: Ashgate.
- Pretes, M. (2002). Touring mines and mining tourists. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 439-456.

- QREN – Quadro de Referência Estratégico Nacional. (s.d.) Acedido em 21 de Julho de 2011, em <http://www.qren.pt/index.php?lang=0>
- Ritchie, B., Carr, N., & Cooper, C. (2003). *Managing educational tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Saturnino, A. (2009). Cultural Heritage, Sustainable Tourism and Economic Development: A Proposal for Southern Italy. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 95-107). Surrey: Ashgate.
- Silva, J., & Fortes, V. (2010). Turismo de descoberta económica - uma oportunidade para Portugal? [Resumo alargado]. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(13/14), 1059-1060.
- Simpson, K. (2001). Strategic Planning and Community Involvement as Contributors to Sustainable Tourism Development. *Current Issues in Tourism*, 4(1), 3-41.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism* (2nd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Throsby, D. (2009). Tourism, Heritage and Cultural Sustainability: Three 'Golden Rules'. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 13-29). Surrey: Ashgate.
- TICCIH. (2003). *The Nizhny Tagil Charter for the Industrial Heritage*. Acedido em 19 de Agosto de 2011, em <http://www.mnactec.cat/ticcih/pdf/NTagilCharter.pdf>
- UN. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Acedido em 04 de Maio de 2011, em <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- UNESCO. (2008). *Orientações Técnicas para Aplicação da Convenção do Património Mundial*. Acedido em 19 de Agosto de 2011, em <http://whc.unesco.org/archive/opguide08-pt.pdf>
- Vargas-Sánchez, A., Plaza-Mejía, M., & Porras-Bueno, N. (2009). Understanding Residents' Attitudes toward the Development of Industrial Tourism in a Former Mining Community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Wall, G. (2009). Tourism and Development: Towards Sustainable Outcomes. In L. Girard & P. Nijkamp (Eds.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 31-46). Surrey: Ashgate.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: changes, impacts, and opportunities*. Harlow: Prentice Hall.
- WTO. (1994). *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and case studies*. London: Routledge.
- Xie, P. (2006). Developing industrial heritage tourism: A case study of the proposed jeep museum in Toledo, Ohio. *Tourism Management*, 27(6), 1321-1330.





## **APÊNDICES**

APÊNDICE A | LISTA DE INDICADORES

APÊNDICE B | MATRIZ – TRABALHO DE PROJECTO

APÊNDICE C | MATRIZ

APÊNDICE D | LISTA DE PRÉ-REQUISITOS

APÊNDICE E | LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS

## APÊNDICE A | LISTA DE INDICADORES

Indicadores	
1	N.º de visitantes
1.1	Nacionais
1.2	Estrangeiros
2	N.º de dormidas nos meios de alojamento
3	Serviços turísticos disponibilizados
3.1	Alojamento
3.2	Restauração e bebidas
3.3	Transporte de passageiros
3.4	Agências de viagem, operadores turísticos e guias turísticos
3.5	Serviços culturais
3.6	Recreação e lazer
3.7	Outros serviços de turismo (ex.: Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico)
4	Associações e colectividades ligadas à indústria
5	Museus (industriais)
6	Festividades (industriais) mantidas/recuperadas
7	Unidades fabris encerradas
8	Unidades fabris recuperadas para fins turísticos
10	Instrumentos de planeamento existentes em turismo
11	Política e estratégia para o turismo industrial
12	Iniciativas (industriais) pedagógicas destinadas à população jovem local
13	Iniciativas (industriais) culturais, de lazer e recreio voltadas para a população local
14	Listagem de empresas do município
	Documento(s) para a caracterização (industrial e turística) do município

## APÊNDICE B | MATRIZ – TRABALHO DE PROJECTO

Indicadores			Observações
H1	1	N.º de visitantes	
	1.1	Nacionais	Dados não disponíveis
	1.2	Estrangeiros	Dados não disponíveis
	2	N.º de dormidas nos meios de alojamento	Estudo Sectorial "Turismo" (PDM)   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>
	3	Serviços turísticos disponibilizados (tendo em conta os sete eixos da CST)	
	3.1	Alojamento	Estudo Sectorial "Turismo" (PDM)   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>
	3.2	Restauração e bebidas	Base de dados SIG   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>
	3.3	Transporte de passageiros	Estudo Sectorial "Infra-estruturas e Transportes" (PDM)   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>
	3.4	Agências de viagem, operadores turísticos e guias turísticos	Dados não disponíveis
	3.5	Serviços culturais	Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)
	3.6	Recreação e lazer	Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)
	3.7	Outros serviços de turismo (ex.: Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico)	Dados não disponíveis
H2	4	Associações e colectividades ligadas à indústria	Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)
	5	Museus (industriais)	Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)
	6	Festividades (industriais) mantidas/recuperadas	Situação não existente
	7	Unidades fabris encerradas	Base de dados SIG   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>
	8	Unidades fabris recuperadas para fins turísticos	Situação não existente
H3	9	Sistemas de incentivos em turismo	em <a href="http://www.qren.pt/">www.qren.pt/</a> e <a href="http://www.turismodeportugal.pt/">www.turismodeportugal.pt/</a>
H4	10	Instrumentos de planeamento existentes em turismo	Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)
	11	Política e estratégia para o turismo industrial	Informação N.º: 2446/2011 (DV-PEAT)
H5	12	Iniciativas (industriais) pedagógicas destinadas à população jovem local	Situação não existente
	13	Iniciativas (industriais) culturais, de lazer e recreio voltadas para a população local	Situação não existente
H6	14	Listagem de empresas do município	Base de dados SIG   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>
		Documento(s) para a caracterização (industrial e turística) do município	Estudo Sectorial "Economia e Indústria" e Estudo Sectorial "Turismo" (PDM)   em <a href="http://www.cm-agueda.pt/">www.cm-agueda.pt/</a>

## APÊNDICE C | MATRIZ

Indicadores		Observações
<b>1</b>	N.º de visitantes	
<b>1.1</b>	Nacionais	
<b>1.2</b>	Estrangeiros	
<b>2</b>	N.º de dormidas nos meios de alojamento	
<b>3</b>	Serviços turísticos disponibilizados (tendo em conta os sete eixos da CST)	
<b>3.1</b>	Alojamento	
<b>3.2</b>	Restauração e bebidas	
<b>3.3</b>	Transporte de passageiros	
<b>3.4</b>	Agências de viagem, operadores turísticos e guias turísticos	
<b>3.5</b>	Serviços culturais	
<b>3.6</b>	Recreação e lazer	
<b>3.7</b>	Outros serviços de turismo (ex.: Serviços de aluguer de outros bens de uso turístico)	
<b>4</b>	Associações e colectividades ligadas à indústria	
<b>5</b>	Museus (industriais)	
<b>6</b>	Festividades (industriais) mantidas/recuperadas	
<b>7</b>	Unidades fabris encerradas	
<b>8</b>	Unidades fabris recuperadas para fins turísticos	
<b>12</b>	Iniciativas (industriais) pedagógicas destinadas à população jovem local	
<b>13</b>	Iniciativas (industriais) culturais, de lazer e recreio voltadas para a população local	
<b>14</b>	Listagem de empresas do município	

APÊNDICE D | LISTA DE PRÉ-REQUISITOS

Pré-requisitos		Empresas			
		(NOME)	(NOME)	(NOME)	(...)
1	Raio operacional				
1.1	Regional				
1.2	Nacional				
1.3	Internacional				
2	Exportação				
3	Sistemas de Gestão da Qualidade				
4	Práticas de responsabilidade social e ambiental				
5	Tipo de tecnologia				
5.1	Tradicional				
5.2	De ponta				

## APÊNDICE E | LISTA DE CONDIÇÕES E SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS

Condições e serviços disponibilizados		Empresas			
		(NOME)	(NOME)	(NOME)	(...)
	Área industrial				
	Tipo de tecnologia				
	Tradicional				
	De ponta				
1	Recepção/bilheteira				
2	Facilidades interpretativas				
3	Facilidades educativas				
4	Sala de exposição				
5	Actividade(s) de participação activa				
6	Galeria de observação				
7	Visita guiada				
8	Visita virtual				
9	Guia turístico próprio				
10	Auto-guia				
11	Suportes informativos de bolso				
12	Braille				
13	Audio-descrição				
14	Língua Gestual (Portuguesa)				
15	Informação em língua estrangeira				
15.1	Espanhol				
15.2	Inglês				
15.3	Francês				
16	Audiovisuais				
17	Expositores				
18	Museu				
19	Loja de recordações				
20	Rampa(s)/elevador(es)/corrimões				
21	WC				
21.1	Feminino				
21.2	Masculino				
21.3	Adaptado a necessidades especiais				
22	Bar/refeitório				
23	Internet <i>wireless</i>				
24	Parque de estacionamento				
25	Parque infantil				